



**UNIVERSIDAD DE PANAMA**  
**VICERRECTORIA DE INVESTIGACION Y POSTGRADO**  
**INSTITUTO CENTROAMERICANO DE ADMINISTRACION**  
**Y SUPERVISION DE LA EDUCACION**

**PROGRAMA DE MAESTRIA EN DESARROLLO DE SISTEMAS EDUCATIVOS**  
**CON ESPECIALIZACION EN SUPERVISION Y CURRICULUM**

**DETERMINACION DE LA PRACTICA PROFESIONAL**  
**EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL**  
**DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMA**

**Por: Abril Chang de Méndez**

**Asesor: Dr. Antonio Altamar Tuñón**

Tesis para optar por el Grado de Maestría en  
Desarrollo de Sistemas Educativos con Especialización  
en Supervisión y Curriculum

737510

Agradecimiento del autor

SEP 14 1989

T.H.

#### AGRADECIMIENTO

Al Dr. Antonio Altamar Tuñón,  
por sus valiosas orientaciones.

A mi familia,  
por su constante apoyo.

Este trabajo ha sido realizado con la valiosa colaboración del siguiente grupo de autoridades y docentes de la Facultad de Comunicación Social:

Prof. Hipólito Donoso	Decano de la Facultad de Comunicación Social.
Prof. Ronald Gálvez	Vice Decano de la Facultad de Comunicación Social.
Prof. Dora de Reyna	Directora de la Escuela de Publicidad.
Prof. René Hernández	Director de la Escuela de Periodismo.
Prof. Arturo Rivera	Director de la Escuela de Radio.
Prof. Manuel Barrios	Director de la Escuela de Relaciones Públicas.
Prof. Manuel Almengor	Coordinador de la Comisión de Diseño Curricular y profesor de Periodismo.
Prof. Nelva de Díaz	Secretaria Administrativa y profesora de Periodismo.
Dr. Luis González	Investigador y Asesor de la Facultad.
Prof. Modesto Tuñón	Director del Centro de Investigaciones de la Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Justicia. Profesor de Periodismo.

Prof. Leticia de Smead	Escuela de Relaciones Públicas
Prof. Plácido Martínez	Escuela de Radio
Prof. Luis Mon	Escuela de Publicidad
Prof. Javier Burgos	Escuela de Relaciones Públicas.
Prof. Nora Morris	Escuela de Relaciones Públicas.
Prof. Javier Araúz	Escuela de Periodismo.
Prof. Miguel Espino	Escuela de Relaciones Públicas.
Prof. Pablo E. Botello	Escuela de Periodismo.
Prof. Kennys Mojica	Escuela de Periodismo.



## INDICE GENERAL

INTRODUCCION	Pág.
<b>CAPITULO: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.</b>	
1. El Problema .....	1
1.1. Cuestionamientos Generales .....	14
1.2. Cuestionamientos Específicos .....	15
2. Objetivos Generales .....	16
3. Objetivos Específicos .....	17
4. Procedimiento .....	19
5. Técnicas y Fuentes .....	24
6. Medidas Estadísticas .....	26
7. Población y Muestra .....	26
8. Marco de Referencia .....	28
9. Definición de Términos .....	61
<b>CAPITULO II: EL PROCESO DE LA PRACTICA PROFESIONAL                   EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL.</b>	
1. La Formación de Comunicadores Sociales en la Universidad de Panamá .....	70
2. Planes de Estudios de la Facultad de Comunica- ción Social .....	74
2.1. Características Curriculares de los Pla- nes de Estudios de 1971.....	74
2.1.1. Tipo de planes .....	75
2.1.2. Organización .....	75
2.1.3. Elementos Curriculares .....	78

	Pág.
2.1.4. Consideración de las fuentes <u>curri</u> culares .....	80
2.1.5. Líneas curriculares .....	84
2.1.6. Integración, secuencia y continui- dad .....	89
2.2. Características Curriculares de los Pla- nes de Estudios de 1984 .....	94
2.2.1. Tipo de planes .....	96
2.2.2. Organización .....	97
2.2.3. Elementos curriculares .....	98
2.2.4. Consideración de las fuentes <u>cu</u> rriculares .....	98
2.2.5. Líneas curriculares .....	102
2.2.6. Integración, secuencia y continui- dad .....	107
2.3. Relación Teoría-Práctica en los Planes de Estudio .....	112
<b>3. El Planeamiento de la Práctica Profesional en la Facultad de Comunicación Social .....</b>	<b>117</b>
3.1. Antecedentes .....	117
3.2. La Práctica Profesional en los Planes de Estudios .....	119
3.2.1. Características de la Práctica Profesional en los Planes de Es- tudios de 1971 .....	119

	Pág.
3.2.2. Características de la Práctica Profesional en los Planes de Estudios de 1984 .....	126
3.3. La Práctica Profesional en los Programas de Asignaturas .....	132
<b>4. La Ejecución de la Práctica Profesional .....</b>	<b>135</b>
4.1. Matrícula .....	135
4.2. Reglamentaciones.....	140
4.3. Dedicación y Horarios .....	145
4.4. Actividades realizadas .....	148
4.4.1. Actividades de Inicio .....	148
4.4.2. Actividades de Desarrollo .....	154
4.4.3. Actividades de Evaluación .....	162
4.5. Rendimiento .....	170
4.6. Recursos .....	177
4.6.1. Humanos .....	177
4.6.2. Físicos y Materiales .....	181
4.6.3. Financieros .....	182
4.7. El Proyecto Experimental de Práctica Profesional .....	183
4.7.1. Actividades de la fase de preparación .....	184
4.7.2. Actividades de la fase de ejecución .....	190
4.7.3. Actividades de la fase de evaluación .....	191

**CAPITULO III: FUNCIONES PROFESIONALES Y CURRICULUM  
PLANEADO.**

1. Formación de Comunicadores Sociales y Demandas.	195
2. Funciones de los profesionales de la Comunicación Social.....	203
2.1. Funciones del Periodista .....	204
2.2. Funciones del Relacionista Público .....	214
2.3. Funciones del Publicista .....	223
2.4. Funciones del Comunicador Radiofónico ...	236
3. Labores del Estudiante de Práctica Profesional en las Empresas y Relación con los Nuevos Planes y Programas de Estudios.....	242

**CAPITULO IV: CRITERIOS ORIENTADORES PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PRACTICA PROFESIONAL.**

1. Naturaleza de los Criterios Propuestos .....	266
2. Criterios Relativos al Planeamiento de la Práctica Profesional .....	267
2.1. Ajustes a los Planes de Estudios .....	267
2.2. Integración de Actividades de Teoría y Práctica .....	272
2.3. Elaboración de programas de asignaturas de Práctica Profesional .....	276
3. Criterios Relativos a la Conducción y Evaluación de la Práctica Profesional .....	278
3.1. Organización de la Práctica Profesional ..	279

	Pág.
3.1.1. Primera etapa: Afianzamiento y práctica interna .....	279
3.1.2. Segunda etapa: Práctica externa.	281
3.1.3. Tercera etapa: Evaluación de la práctica profesional .....	283
3.2. Criterios Relativos a la Supervisión ...	287
3.3. Criterios Relativos a la Coordinación con las Empresas .....	288
<b>4. Sugerencias para el Desarrollo de los Criterios Orientadores .....</b>	<b>290</b>
4.1. Primera etapa: actividades de corto pla zo .....	291
4.2. Segunda etapa: actividades de mediano plazo .....	292
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>293</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>296</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>299</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>306</b>

## INDICE DE CUADROS

NUMERO DEL CRUADRO	NOMBRE	PAG.
1	Elementos Curriculares de los Planes de Estudios de la Facultad de Comuni <u>cación Social</u> 1971-1984 . . . . .	49
2	Cantidad de Créditos, según Líneas Curriculares en los Planes de Estudios de la Facultad de Comunicación Social. 1971 y 1974 . . . . .	85
3	Cantidad de Créditos, según Líneas Curriculares en los Planes de Estudios de la Facultad de Comunicación Social. 1984. . . . .	103
4	Distribución de Horas Teóricas y Prá <u>ctica</u> en los Planes de Estudio de la Facul <u>tad</u> de Comunicación Social. 1984, según años de estudio y total. En Porcentaje ..	115
5	Ubicación de la Práctica Profesional en los Planes de Estudios de la Facul <u>tad</u> de Comunicación Social, según área, propósito, año y crédito. 1984. . . . .	128
6	Matrícula de Práctica Profesional en el Primer Semestre de 1986, según Ca <u>rrera</u> , Turno y Sexo. 1986. . . . .	137

NUMERO DEL CUADRO	NOMBRE	PAG.
7	Relación entre la Matrícula Global del Ultimo año de las Carreras y la Matrícula en la Asignatura Práctica Profesional. 1er. y 2do. Semestre 1986-1987. En Número y Porcentaje .	139
8	Matrícula, Aprobados y Alumnos sin Calificación en la Asignatura Prác- tica Profesional en la Facultad de Comunicación Social, por Carrera. 1er. y 2do. Semestre Académico. 1986 1987.....	172
9	Calificaciones Obtenidas por los Es- tudiantes que Aprobaron la Práctica Profesional en la Facultad de Comuni- cación Social, por Carrera. 1er. y 2do. Semestre. 1986-1987.	176
10	Recursos Financieros que la Universi- dad de Panamá destina al Curso de Práctica Profesional de la Facultad de Comunicación Social en Materia de salario al Personal Docente. 1er. Semes- tre académico 1986-1987.....	179
11	Relación entre Rasgos de Perfil del Egre- sado, Labores que se realizan en las Empresas	

NUMERO DEL CUADRO	NOMBRE	PAG.
	y Asignaturas. Carrera: Licenciatura en Periodismo. 1984 .....	244
12	Relación entre Rasgos y Perfil del Egresado, Labores que se realizan en las Empresas y Asignaturas. Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.....	245
13	Relación entre Rasgos de Perfil del Egresado, Labores que se realizan en las Empresas y Asignaturas. Carreras: Licenciatura en Publicidad. 1984.....	247
14	Relación entre Rasgos de Perfil del Egresado, Labores que se realizan en las Empresas y Asignaturas. Carrera. Técnico Comunicador Radiofónico. 1984.....	249
15	Relación entre Objetivos de la Carrera y Actividades de Práctica Profesional. Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.....	253
16	Relación entre Objetivos de la Carrera y Actividades de Práctica Profesional. Carrera: Técnico Comunicador Radiofónico. 1984.....	254



NUMERO DEL CUADRO	NOMBRE	PAG.
17	Asignaturas Directamente Relacionadas con las Actividades de Práctica Profesio- nal, según Línea Curricular. Por Carrera. 1984.....	256
18	Asignaturas Directamente Relacionadas con el Desarrollo de Actividades de Prác- tica Profesional. Según Cantidad, Número de Créditos y Porcentaje de éstos en Rela- ción al Plan de Estudios. Por Carrera. Planes de Estudio de la Facultad de Comu- nicación Social. 1984.....	258
19	Asignaturas que Apoyan Directamente la Práctica Profesional. Por Carrera, según Año de Estudio y Créditos. Planes de Estudio de la Facultad de Comunicación Social. 1984.....	261
20	Propuesta Organizativa de la Práctica Profesional en la Facultad de Comunicación Social.....	284

## ANEXOS

NUMERO DEL ANEXO	CONTENIDO
1	Plan de Estudios de la Licenciatura en Periodismo. 1971.
2	Plan de Estudios de la Licenciatura en Relaciones Públicas. 1971.
3	Plan de Estudios de la Licenciatura en Publicidad. 1971.
4	Plan de Estudios de la Carrera de Técnico en Comunicación Radiofónica. 1974.
5	Plan de Estudios Generales. 1971.
6	Plan de estudios de Licenciatura en Periodismo. 1984.
7	Plan de Estudios de Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.
8	Plan de Estudios de Licenciatura en Publicidad. 1984.
9	Plan de Estudios de la Carrera Técnico Comunicador Radiofónico. 1984.
10	Ejemplo de Carta de Certificación de las Labores Realizadas por el Alumno en la Empresa.
11	Instrumento de Evaluación de la Práctica Profesional de Periodismo.

NUMERO DEL ANEXO	CONTENIDO
12	Recursos Físicos y Materiales del Laboratorio de Impresión y del Periódico Campus. 1987.
13	Proyecto Experimental de Práctica Profesional en la Facultad de Comunicación Social.
14	Lista de Empresas donde se realizó la Práctica Profesional. 1er. Semestre 1986-1987.

## INTRODUCCION

La Práctica Profesional es uno de los componentes esenciales de la educación universitaria como espacio excepcional para la integración, transferencia y aplicación de lo aprendido a lo largo de los años de formación; adquiere singular importancia al favorecer el necesario proceso de interrelación entre las instancias académicas y la realidad del medio laboral en que la institución superior desenvuelve su quehacer.

El estudio de la Práctica profesional, desde la perspectiva del curriculum, permite la reflexión de los diferentes sujetos, procesos y elementos que definen y condicionan los variados aprendizajes que adquiere el sujeto: conocimientos, hábitos, actitudes, habilidades, destrezas, ideales o valores que van a influir en el ejercicio de las prácticas laborales en las empresas.

La aceptación del concepto de curriculum como ambiente cultural seleccionado a propósito para facilitar tales aprendizajes, permite comprender la profundidad e importancia de cualquier decisión que sobre planeamiento, ejecución o evaluación de la labor educadora, se realice en una institución. Ello es particularmente significativo en el nivel superior, en donde, por la naturaleza de la función docente, formadora de profesionales de elevado nivel humanístico,

científico y técnico, se complejiza el conjunto de opciones filosóficas, disciplinarias, pedagógicas, psicológicas, que orientan y definen el resto de los procesos curriculares que sirven de base a la oferta académica en general, y a la Práctica Profesional, en particular.

La Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, desde su creación como tal en 1984, se encuentra en un proceso de transformación profunda de su oferta académica; en ese contexto se sitúa la realización de este trabajo, cuyos propósitos fundamentales han sido: realizar una evaluación integral de la situación de la Práctica Profesional y diseñar un conjunto de criterios orientadores como alternativas para su mejoramiento.

Este informe recoge, en cuatro capítulos, el resultado del proceso investigador realizado en las carreras de Licenciatura en Periodismo, Licenciatura en Relaciones Públicas, Licenciatura en Publicidad y Técnico Comunicador Radiofónico durante los años 1986 a 1988.

En el Primer Capítulo: Metodología General de la Investigación, se presenta el conjunto de orientaciones teóricas y metodológicas utilizadas en el estudio.

En el Segundo Capítulo: El Proceso de la Práctica Profesional en la Facultad de Comunicación Social, se incluye una relación histórica de la formación de comunicadores

sociales en la Universidad de Panamá y una caracterización integral de los planes de estudio vigentes (organización, elementos, líneas curriculares, principios de organización y otros). A partir de este análisis general, se profundiza en el estudio de la relación teoría-práctica y en el estudio específico del planeamiento de la Práctica Profesional en la Facultad. Al respecto, se presentan sus antecedentes y características en los Planes de Estudios. En este capítulo se incluye, además, el estudio de la práctica profesional en los programas de asignaturas.

Con el propósito de comprender de qué manera se concreta, en la experiencia, la Práctica Profesional, se procedió al estudio de la ejecución de un semestre de la misma. Se analizó el conjunto de actividades curriculares: inicio, desarrollo y evaluación y otros aspectos que la influyen tales como son las reglamentaciones, dedicación y los recursos utilizados. Uno de los aspectos de mayor interés en esta investigación estuvo referida a la Ejecución del Proyecto Experimental de Práctica Profesional, una innovación didáctica de ejecución de la Práctica Profesional de manera cooperativa e interdisciplinaria; proceso que se pudo iniciar pero que lamentablemente, por razones diversas se vio limitado.

En el Tercer Capítulo: Funciones Profesionales y Curriculum Planeado, se procedió a establecer la relación entre el curriculum planeado y el conjunto de demandas procedentes de las empresas en donde se realizó la Práctica Profesional, de la reflexión teórica acerca de las funciones propias de cada campo y de los aspectos legales que rigen la profesión en el país. Ello permitió diseñar un Listado de Labores del Estudiante de Práctica Profesional en las Empresas, para cada carrera, instrumento que se espera contribuya al mejoramiento de esta actividad formadora.

En el Cuarto Capítulo: Criterios Orientadores para el Mejoramiento de la Práctica Profesional, se presenta un conjunto de alternativas de carácter académico-administrativo para propiciar, a corto y mediano plazo, el mejoramiento del planeamiento, la conducción y la evaluación de la misma. Estos criterios se refieren a aspectos como: elementos curriculares de los planes y programas que ameritan ser redefinidos, y a la organización del proceso en tres etapas: afianzamiento y práctica interna, práctica externa y su evaluación. Todo lo anterior, en relación a la necesidad de mejorar los aspectos tanto a lo interno, como en relación a las empresas donde se realiza la Práctica Profesional.

Se reconoce que este trabajo, como aproximación inicial al conocimiento de la realidad, es susceptible de ser pro-

fundizado y mejorado, especialmente, en lo relativo a demandas del mercado y de las necesidades sociales en el campo de la comunicación social.

El estudio realizado ha sido posible gracias al apoyo y participación decidida del personal directivo, docente y educando de la Facultad de Comunicación Social involucrado en las tareas de Práctica Profesional; sin esa cooperación, no hubiese sido posible culminar esta tarea.

Es nuestro propósito que el esfuerzo realizado contribuya en algo, al objetivo fundamental de formar mejores profesionales con capacidades para hacer de la Comunicación Social un vehículo efectivo de transformación de la sociedad panameña.



**CAPITULO I**  
**METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

## 1. El Problema:

La institución superior universitaria tiene, entre sus fines la formación, al más alto nivel, de los profesionales que el país demanda para satisfacer las necesidades sociales y el mercado laboral. La función de docencia, unida a las de investigación, extensión cultural y servicios constituyen los medios con que la Universidad de Panamá, proyecta sus esfuerzos, en aras del desarrollo nacional, desde su fundación en 1935.

Para el cumplimiento de la función docencia, la Universidad lleva adelante el ofrecimiento de carreras cortas, intermedias, a niveles de licenciatura y postgrado, en los diversos campos del saber: humanístico, científico y tecnológico, a través de Facultades que ejercen su acción, no sólo en el Campus Central, sino también, mediante los Centros Regionales y Extensiones Docentes.

En ese contexto se ubica la Facultad de Comunicación Social, fundada como tal, mediante Resolución Nº 7 del Consejo Académico del 13 de marzo de 1984. Hasta esa fecha, la Facultad de Comunicación pertenecía a la Facultad de Filosofía, Letras y Educación, donde empezó a desarrollarse como Escuela de Periodismo, fundada en 1961.

La historia de la Facultad de Comunicación Social, muestra un proceso ascendente de consolidación, en el cual

se definen nuevos campos de estudio e investigación. En 1965 se creó la Escuela de Relaciones Públicas; en 1970 se organizó como Departamento de Ciencias de la Comunicación Social y se fundó la Escuela de Publicidad; en 1972 se creó la Escuela de Radiodifusión, para completar así, el panorama disciplinario de la Facultad de hoy.

La Facultad estableció sus objetivos generales, en la Junta de Facultad de 22 de enero de 1985, objetivos en los cuales se propone:

- "1. Formar profesionales en las diferentes áreas de la Comunicación Social para que puedan desenvolverse con la eficacia y la ética requeridas para coadyuvar a los cambios sociales que requiera el desarrollo integral de la comunidad nacional.
2. Promover la investigación sistemática en los docentes, estudiantes y profesionales del campo de la Comunicación Social, a fin de enriquecer los niveles científicos de la profesión.
3. Contribuir con las políticas de Comunicación Social, apoyando la planificación, ejecución y evaluación de proyectos que extiendan los beneficios que aportan las ciencias y la tecnología moderna e impulsan el entendimiento entre hombres, pueblos y naciones.

4. Apoyar con sus recursos humanos y técnicos las actividades académicas y culturales que desarrolle intra y extramuros la Universidad". (1)

En el proceso de institucionalización que se vive en la Facultad, a partir de su creación, se destaca la puesta en marcha de un conjunto de medidas para favorecer el normal desenvolvimiento de los procesos académicos. Por ello, en 1985, mediante Junta de Facultad del 19 de noviembre, se procedió a aprobar la estructura académica administrativa requerida para dar cumplimiento a sus objetivos. Se propone actualmente la creación de tres departamentos académicos: Fundamentos de la Comunicación Social, Estructura de la Información y Producción y Medios Audiovisuales, los cuales se conciben "como subdivisiones básicas en las que se agrupa el personal docente de cada Facultad, de acuerdo a la afinidad de las disciplinas académicas a su cargo, para participar en las tareas docentes, de investigación y extensión". (2)

---

(1) Facultad de Comunicación Social. Junta de Facultad del 22 de enero de 1985. Objetivos de la Facultad de Comunicación Social.

(2) Universidad de Panamá. Ley 11 de 8 de junio de 1981. Por el cual se organiza la Universidad de Panamá. Panamá: Imprenta Universitaria. 1981. pág. 21.

Para complementar el quehacer académico y atender, especialmente a la formación de los estudiantes, la Facultad organiza cuatro escuelas: Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad y Radiodifusión, las cuales son unidades académicas que "programan, coordinan y administran la enseñanza de una carrera o especialidad de estudios que culmina en un título profesional" (1). En la actualidad, la Facultad de Comunicación Social otorga cuatro títulos: Licenciatura en Periodismo, Licenciatura en Publicidad, Licenciatura en Relaciones Públicas y Técnico Comunicador Radiofónico.

En el ordenamiento académico, determinado por la reciente creación de la Facultad y el interés de sus autoridades académicas, docentes y estudiantes, se presta atención a los aspectos relativos al planeamiento curricular, especialmente al diseño y desarrollo de los planes de estudios y programas, en el convencimiento de que el mejoramiento de la calidad de la enseñanza, demanda la redefinición de los objetivos, contenidos, actividades y recursos que orientan y definen el proceso formativo. Este proceso de estudio y búsqueda de alternativas para mejorar el currículum, se orienta por las políticas de los aspectos académicos y curriculares del Plan de Desarrollo Universitario 1984-1987, que establecen:

---

(1) Universidad de Panamá. Ley 11 de 8 de junio de 1981. ops. cit. pág.

Fortalecimiento del proceso de democratización de la enseñanza universitaria con su correspondiente elevación del nivel y la eficiencia académica, de respeto a la autonomía universitaria, cumplimiento de los principios universales de los derechos humanos mediante la ampliación de oportunidades de acceso y permanencia en el nivel, el mejoramiento cualitativo de los principales agentes involucrados, la planificación académica y curricular, el mejoramiento de las condiciones organizativas y de infraestructura y la ampliación de los programas y servicios de apoyo académico' (1).

De igual forma, los esfuerzos que se realizan en la Facultad de Comunicación Social por mejorar el curriculum, encuentran plena justificación, si se atienden las características del campo en el cual se trabaja. La comunicación social constituye, en la actualidad, uno de los procesos vitales de la sociedad; es un fenómeno omnipresente en el mundo contemporáneo, que designa el proceso mediante el cual, se transmiten significados entre las personas, se difunden conocimientos, estados de ánimo, sentimientos, intenciones, etc., a través de signos y símbolos concretos entre un emisor y un receptor. Pero sobre todo, la comunicación busca compartir significados y especialmente, en el fondo, el interés de influir en la conciencia y la con-

---

(1) Universidad de Panamá. Plan de Desarrollo Universitario 1984-1987. Imprenta Universitaria, 1984, pág. 44

ducta de las personas, lo cual plantea el ángulo más delicado del fenómeno.

La comunicación social se torna así, en un elemento de profunda fuerza social, que está determinada por quienes ostentan el poder político o bien el poder sobre los medios: radio, prensa, televisión, anuncios en calles, panfletos, boletines, etc.

En el caso de la sociedad panameña, se reconoce ampliamente la necesidad de mejorar urgentemente la situación de los medios de comunicación, en cuanto al tipo de mensajes con que se influye en la población. Lo anterior, que es motivo de polémicas, artículos, foros, seminarios, etc., se plantea en términos de crítica, por cuanto cada vez más, se hace patente que la mayoría de los mismos, contribuyen a deteriorar la escala de valores del país. Por el contrario, el consumismo la copia de modelos extranjerizantes, la enajenación cultural, el fomento del vicio, de la utilización de la mujer como símbolo sexual, la destrucción de la honra y la moral, etc., se han convertido en rasgos distintivos de los medios, situación a las que no escapan otros países, en iguales o parecidas condiciones socioeconómicas que Panamá.

Los problemas que plantea la comunicación en la sociedad moderna, ha sido objeto de estudios profundos; entre ellos se destaca, el realizado por la UNESCO, a través

de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación (CIC), 1980, presidida por el irlandés Sean Mac Bride, quien ha sido galardonado con los premios Nobel y Lenin de la Paz.

Este informe plantea la existencia del desarrollo vertiginoso de la industria de la comunicación, de la comunicación y la cultura de masas, de la sociedad informatizada, de los medios ligados a poderosos intereses económicos. Explica de qué manera el desarrollo de la comunicación implica, además de un aumento en los términos cuantitativos, el gran cambio cualitativo experimentado por la diversificación, multiplicación e interconexión de los sistemas y flujos de información que determinan profundos cambios en la estructura social, en la vida de los pueblos. En ese sentido, se analiza el fenómeno de la disputa entre los países desarrollados vs países pobres, en los cuales, la comunicación influye ahondando la dependencia del llamado Tercer Mundo. Es interesante cómo el Informe Mac Bride concluye, en cuanto a la importancia de la comunicación en el mundo de hoy, al señalar que:



La comunicación puede ser tanto un instrumento de poder, como un arma revolucionaria, un producto comercial o un medio de educación. Puede servir al progreso, a horizontes cada vez más amplios de libertad, democracia y bienestar o a la guerra, al mantenimiento de dictaduras reaccionarias o de escandalosas desigualdades y atropellos a los derechos humanos (1).

La Universidad tiene el deber ineludible de revisar el curriculum de la Facultad de Comunicación Social y procurar la formación de mejores comunicadores sociales, ética y moralmente, a fin de que ésta, sirva a los fines constructivos de un mundo mejor.

A partir de 1984 se inicia un proceso de revisión de planes y programas de estudio vigentes, proceso que culmina en su primera etapa cuando el 10 de diciembre de 1984, se aprueban los nuevos planes de estudio, los cuales entraron a regir en el primer semestre académico de 1985. La puesta en marcha de los nuevos instrumentos se realiza, en forma progresiva, a partir del primer año de todas las carreras, situación que determina, desde entonces, la coexistencia de los llamados "planes viejos" y "planes nuevos". En cada caso se realizan actividades de diversas Comisiones de Trabajo e iniciativas en distintas direcciones. En

---

(1) Informe Mac Bride. Citado por Peter Schenkel en Revista Chasqui - CIESPAL, Nº 18. II época, abril-junio. Ecuador, 1986. pág. 82

ese contexto, la práctica profesional, ocupa un lugar fundamental, ya que es un componente esencial en la formación de profesionales del más alto nivel.

La práctica profesional se define en la Universidad de Panamá, como aquella parte de los planes de estudio que se "caracteriza por la clase de actividades propias de un tipo particular de ocupación y el carácter universitario de la carrera (Nivel de comportamiento tanto crítico, científico y humanístico). Coloca a los estudiantes en situaciones reales pertenecientes a la profesión, a fin de aplicar lo aprendido a dichas situaciones, fortaleciendo el arte de la profesión" (1).

Dada la importancia de este aspecto, en el Plan de Desarrollo Universitario se ofrecen orientaciones para su mejoramiento y, concretamente, se propone la ejecución de un proyecto de Centro de Práctica Profesional Integrada, el cual tiene como objetivo general:

---

(1) Universidad de Panamá. Oficina de Supervisión y Planeamiento Curricular. Aspectos curriculares. Ciudad Universitaria: Imprenta Universitaria, 1985. pág. 13.

Organizar las prácticas profesionales de la Universidad, por especialidad, y la creación del Centro de Práctica Profesional Integrada, con carácter interdisciplinario que faciliten la práctica al futuro profesional y lo vinculen con el desempeño en el mercado de trabajo. La creación de dichos Centros, tiende además, a vincular el aspecto académico con las funciones de extensión de la Universidad de Panamá (1).

Este Proyecto pretende así, contribuir a superar las deficiencias que tiene la práctica profesional, en la mayoría de las carreras de la Universidad de Panamá. El estudio de base que da origen al mismo, deja ver los problemas al respecto cuando señala que:

En la Universidad de Panamá, en términos generales, en la distribución global de las horas predominan las clases teóricas sobre las de carácter práctico, especialmente en las carreras humanísticas y de ciencias sociales; en ellas el tiempo de las prácticas es de menos del 10%. De igual manera, sólo una sexta parte de los planes de estudio exige un período de práctica profesional; entre los que la exigen, el tiempo dedicado a ella difiere grandemente de una carrera a otra; de unas pocas horas o semanas hasta dos años en la licenciatura de Trabajo Social. En los planes no existen criterios que permitan definir con precisión el nivel de efectividad con relación a las exigencias profesionales de las prácti-

---

(1) Universidad de Panamá. Plan de Desarrollo Universitario 1984-1987. ops. cit. pág. 105.

cas previstas. A su vez, en el desarrollo de las mismas no se brindan pautas en cuanto a su organización, por lo que muchas veces quedan libradas a circunstancias personales de los docentes o de los propios estudiantes; por otra parte, el desarrollo de las prácticas profesionales no es adecuadamente supervisado, por lo que el estudiante no recibe la orientación necesaria para su inserción en el campo de su futura profesión (1).

Esta situación se repite en la Facultad de Comunicación Social, en donde no se ha prestado debida consideración a la práctica profesional, que por ende, no logra un adecuado desarrollo como parte fundamental del curriculum; por el contrario, adolece de políticas y estrategias definidas para su desarrollo, situación que afecta sensiblemente el nivel de la formación profesional que se ofrece en este campo, de tan trascendental importancia, como es la comunicación social.

Desde otra perspectiva, este estudio se inserta como parte de las actividades de renovación curricular que ha emprendido la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) en su Plan de Trabajo 1987-1989, de la cual forma parte activa dicha Facultad.

---

(1) MENDEZ, Abril Ch. de. Diagnóstico de los Aspectos académicos y curriculares de la Universidad de Panamá. Plan de Desarrollo Universitario. Panamá: ICASE, 1983. Pág. 40.

Se trata de diagnosticar la situación actual de la práctica profesional, revisar las experiencias y proponer algunas medidas para el mejoramiento en este aspecto, tan importante en la formación de los comunicadores sociales.

**Supuestos:** Esta investigación se orienta por los siguientes supuestos:

- El diseño y desarrollo de planes de estudio a nivel superior, se adecúa a los requerimientos de la función de docencia, cuando van explícitas con claridad, las definiciones relativas a la práctica profesional.
- La adecuada articulación horizontal y vertical de la práctica profesional, como parte del conjunto de la organización curricular, favorece la formación integral del estudiante, en especial, el dominio de conocimientos, habilidades y destrezas que definen una profesión.
- El logro de los objetivos de la carrera y el perfil del egresado se logran a cabalidad cuando se explicitan adecuadamente, los criterios y definiciones curriculares de la práctica profesional.
- La formación para el trabajo ofrecida a nivel superior, se caracterizará por una mejor calidad cuando se tome en cuenta las relaciones entre la oferta y la demanda, tanto del mercado laboral, como de necesidades sociales;

éstas últimas muy especialmente, si se atiende al compromiso de la Universidad en la transformación de la sociedad.

- Las experiencias de práctica profesional, se ven directamente influidas por las condiciones de recursos humanos, físicos, materiales, en que éstas se adquieren, tanto a nivel de la Facultad como de las empresas.
- Cuando la práctica profesional es atendida por un equipo docente interdisciplinario, se logran más y mejores aprendizajes teórico-prácticos que cuando ésta se realiza a cargo de un solo docente.

Por todo lo anterior, esta investigación espera responder a los siguientes cuestionamientos:

**1.1. Cuestionamientos Generales:**

- ¿Cuáles deben ser los fines, objetivos, contenidos, métodos y otras orientaciones curriculares de la práctica profesional, que realicen los estudiantes de las carreras de Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad y Radiodifusión de la Facultad de Comunicación Social, para que ésta responda eficientemente a las necesidades sociales y requerimientos laborales de las empresas a las cuales deben prestar sus servicios, una vez egresados de la Universidad?
  
- ¿De qué formas se organizará el proceso de práctica profesional en las carreras de Periodismo, Relaciones Públicas, Radiodifusión y Publicidad, de tal manera que denote la puesta en práctica de una concepción curricular integradora en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje?

**1.2. Cuestionamientos específicos:**

- ¿Cómo han influido los antecedentes de práctica profesional de la Facultad de Comunicación Social, en las propuestas a nivel del Plan de Estudios actual y en qué conceptos curriculares se considera la práctica profesional en los nuevos planes de estudios?
- ¿De qué manera las propuestas de práctica profesional inciden en el logro de los objetivos generales y el perfil profesional propuesto en cada una de las carreras?
- ¿Cómo se presenta la existencia de relaciones horizontales y verticales de las propuestas de práctica profesional, en el conjunto de la organización curricular y cómo éstas la determinan?
- ¿Cuáles son las líneas curriculares de la carrera de la Facultad y en dónde se ubica la práctica profesional?
- ¿En qué forma las actividades que se realizan en el ejercicio de las profesiones en las empresas, se vinculan a los campos disciplinarios de la Comunicación Social, adoptados en la Facultad de Comunicación Social y viceversa?
- ¿De qué manera las descripciones que se proponen en los planes y programas de estudio, favorecen la adquisición



ción y desarrollo de los conocimientos, habilidades y destrezas que son propias del ejercicio profesional, de las distintas carreras de la Facultad de Comunicación Social?

- ¿Cómo favorecen los recursos humanos y materiales y la infraestructura de la Facultad de Comunicación Social, la adquisición y desarrollo de los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para la práctica profesional?

## 2. Objetivos Generales:

- 2.1. Evaluar el proceso de Práctica Profesional en sus diferentes aspectos: planeamiento, conducción y evaluación como parte de la oferta académica formativa de la Facultad de Comunicación Social y de la Universidad de Panamá.
- 2.2. Analizar las relaciones entre el curriculum de Práctica Profesional, las demandas y requerimientos de la comunidad, que se plantea a la Facultad en el conjunto de la institución superior universitaria y la realidad del país.
- 2.3. Demostrar que el proceso de la Práctica Profesional, mediante participación de equipo interdisciplinario de docentes de materias avanzadas de

las especialidades, contribuye a la actualización de los métodos de enseñanza-aprendizaje y al enriquecimiento de los contenidos de diversas disciplinas que conforman el plan de estudio de las carreras.

- 2.4. Diseñar un conjunto de criterios orientadores hacia el mejoramiento de la situación curricular de la Práctica Profesional en la Facultad.

### 3. Objetivos Específicos:

- 3.1. Reconocer los antecedentes legales e históricos de la formación de comunicadores sociales en la Universidad de Panamá.
- 3.2. Analizar las características curriculares de los planes de estudios de Licenciatura en Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad (1971) y de Técnico en Comunicación Radiofónica (1974).
- 3.3. Analizar las características curriculares de los planes de estudios de Licenciatura en Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad y de Técnico Comunicador Radiofónico de 1984.
- 3.4. Analizar las concepciones y orientaciones curriculares acerca de la práctica profesional en los

planes de estudio y programas vigentes.

- 3.5. Describir, los procesos de planeamiento, conducción y evaluación de la Práctica Profesional, durante un semestre académico y los recursos con que se cuenta para su desarrollo.
- 3.6. Aplicar el Proyecto Experimental de Práctica Profesional, como una innovación didáctica y establecer sus logros y limitaciones.
- 3.7. Analizar las demandas que se planteen a la formación de comunicadores sociales en la Facultad.
- 3.8. Identificar las funciones profesionales de los comunicadores sociales que forma la Facultad, a partir del estudio teórico, de las disposiciones legales, y de las demandas de las empresas.
- 3.9. Elaborar una lista de Labores del Estudiante de Práctica Profesional en las Empresas, a partir de los requerimientos, referencias teóricas y de las experiencias formativas de la Facultad.
- 3.10. Determinar las relaciones entre las actividades del estudiante de Práctica Profesional y la oferta académica de los nuevos planes de estudio en términos de: perfiles, objetivos y asignaturas directamente relacionadas.

- 3.11. Identificar situaciones críticas de la Práctica Profesional que demandan la elaboración de criterios para su mejoramiento.
- 3.12. Intercambiar experiencias con el personal administrativo, docente y educando de la Facultad de Comunicación Social, acerca de criterios /orientadores para el mejoramiento de la Práctica Profesional.
- 3.13. Diseñar criterios orientadores para el mejoramiento del planeamiento, conducción y evaluación del proceso de Práctica Profesional.

#### **4. Procedimiento:**

La investigación se realizó de acuerdo con las siguientes etapas, fases y actividades:

##### **1a. Etapa:**

Referida fundamentalmente a la búsqueda de información relacionada con el tema de la práctica profesional, desde el punto de vista teórico como de su aplicación práctica en la Universidad de Panamá y en la Facultad.

Esta etapa comprendió dos fases:

FASE A: Recolección de Información.

- De carácter teórico general.
- De antecedentes legales y curriculares en la Facultad y la Universidad de Panamá.
- De la situación actual de la práctica profesional en la Facultad.

FASE B: Análisis de la Información:

Una vez obtenidas tales informaciones, se procedió a analizarla y se elaboró:

- Una caracterización de antecedentes y bases legales de la práctica profesional en la Universidad de Panamá y la Facultad.
- Una caracterización de la ubicación, valor y concepciones curriculares de los planes de estudio y programas, y dentro de ellos, de la práctica profesional.
- Una caracterización de las experiencias de práctica profesional durante el Ier. Semestre Académico 1986-1987.

**IIa. Etapa:**

Comprendió la puesta en marcha de un experimento que nos proporcionaría evidencias sobre el desarrollo de la práctica profesional, mediante un trabajo docente de equipo interdisciplinario, para comparar tales resultados, con el seguimiento de la práctica de forma convencional, a cargo de un solo docente. Los objetivos y organización de este Proyecto Experimental de Práctica Profesional aparecen como Anexo Nº 13.

**IIIa. Etapa:**

Destinada a conocer cuáles son los perfiles profesionales (conocimientos, habilidades, actitudes, destrezas) de los egresados, desde la perspectiva de los sectores empleadores, de las definiciones teóricas, legales, los fines de la Universidad y las necesidades sociales. Se procedió a elaborar una Lista de Actividades Profesionales del estudiante de Práctica Profesional de la Facultad. Comprendió dos fases:

**FASE A: Recolección de información:**

Proveniente de sectores empleadores, públicos y particulares, bases legales, fuentes bibliográficas a fin de establecer qué requerimientos plantean a los profesionales egresados de la Facultad.

- Proveniente de especialistas profesionales de la Universidad de Panamá, a fin de conocer los perfiles que debe poseer el egresado para responder a los fines de la Universidad, la Facultad y las necesidades sociales.

FASE B: Análisis de la Información:

- Las informaciones provenientes de las empresas se analizaron para obtener una lista de requerimientos.
- La Lista de Requerimientos fue enriquecida con los elementos teóricos y con las experiencias aportados por los docentes especialistas.
- Se elaboró una Lista de Labores Profesionales del Estudiante de Práctica Profesional en las Empresas.
- Se procedió a confrontar esta Lista con las orientaciones de los planes y programas de estudios a fin de determinar coincidencias o faltantes.

**IVa. Etapa:**

Comprendió el trabajo final de elaboración de criterios curriculares para el planeamiento, puesta en marcha y evaluación de la práctica profesional en la Facultad.

Lo anterior fue realizado en las siguientes fases:

**FASE A: Análisis de información:**

Se procedió a analizar toda la información obtenida, especialmente se confrontó el perfil profesional del estudiante con los lineamientos curriculares, condiciones de recursos humanos, físicos, materiales y financieros de la Facultad.

**FASE B: Síntesis o elaboración:**

Fue el proceso final de determinación de criterios, que orientarán la práctica profesional.

- Se elaboraron criterios relacionados con el planeamiento, puesta en marcha y evaluación de la práctica profesional que comprenden los diferentes sujetos y ámbitos de la acción: el alumno, los docentes, la institución, las empresas y otros aspectos.
- Finalmente, se elaboraron las conclusiones y recomendaciones del Informe Final.



## **5. Técnicas y Fuentes:**

### **5.1. Entrevista:**

5.1.1. A autoridades académicas de la Facultad:  
Decano, Directores de Carreras y docentes  
para conocer los antecedentes, situación  
general de la práctica profesional, y  
las perspectivas de mejoramiento.

5.1.2. Personal de la Vicerrectoría Académica  
para conocer las orientaciones de esa  
entidad frente a la práctica profesional  
de la Universidad en general, y la Facul-  
tad en particular.

### **5.2. Cuestionarios:**

5.2.1. Empresas públicas y particulares represen-  
tativas de la Comunicación Social: Perio-  
dismo, Relaciones Públicas, Radio y Publi-  
cidad, para conocer el detalle de las  
funciones que debe realizar un egresado  
de tales carreras y que debe dominar  
el estudiante que realiza la práctica  
profesional. A la vez que conocer sus  
opiniones sobre el proceso total de prác-  
tica.

5.2.2. A estudiantes para conocer sus expectativas y condiciones frente a la práctica profesional.

5.2.3. A profesores especialistas de la Facultad responsables de la práctica profesional y de materias avanzadas de especialidad, para conocer sus opiniones, críticas y sugerencias frente a la práctica profesional.

### **5.3. Análisis documental:**

Fue necesario analizar un conjunto de documentos que proveen información acerca de la formación de comunicadores y la práctica profesional; referidos a antecedentes, bases legales, memorias, bases curriculares, planes y programas de estudios y otros.

### **5.4. Reuniones de trabajo:**

Una de las formas más utilizadas en esta investigación, fueron las reuniones de trabajo. Se emplearon, para la discusión grupal de la problemática y especialmente, para el diseño de las alternativas de mejoramiento curricular del proceso de práctica. Así, la Propuesta que acompaña este trabajo es, en parte, el resultado

de la labor conjunta del personal docente y administrativo de la Facultad: Decano, Secretaria Administrativa, Profesores de Práctica Profesional y Profesores de Materias Avanzadas de Especialidad.

**6. Medidas Estadísticas:**

Se emplearon procedimientos estadísticos descriptivos para el análisis de cuestionarios, datos de matrícula y rendimiento académico. Dada la naturaleza de la información requerida se usó básicamente el análisis porcentual.

**7. Población y Muestra:**

El estudio comprendió el proceso de Práctica Profesional en diferentes instancias como:

- Análisis de los planes de estudios vigentes y dentro de ello, las especificaciones de Práctica Profesional, de las carreras de Licenciatura en Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas y de la carrera Técnica de Comunicador Radiofónico. Se estudió un total de ocho planes, así:

Lic. en Periodismo	1971	y	1984
Lic. en Relaciones Públicas	1971	y	1984
Lic. en Publicidad	1971	y	1984
Técnico Comunicador Radiofónico	1974	y	1984

- Estudio de la puesta en marcha y evaluación de la Práctica Profesional en el Primer Semestre Académico 1986-1987 en las carreras de Licenciatura en Periodismo, Licenciatura en Relaciones Públicas y Licenciatura en Publicidad.

A tal propósito se trabajó en la aplicación de instrumentos para recabar información así:

- 100% de los profesores de Práctica Profesional  
(4 en total)
- 35% de profesores de materias básicas y avanzadas de especialidad (40 en total).
- 40% de los estudiantes matriculados en la asignatura (96 en total).
- 50% de empresas públicas y privadas donde se efectuó la Práctica (31 en total).
- 100% de las calificaciones asignadas en las cátedras durante el 1er. y 2º semestre 1986-87.

## 8. Marco de Referencia:

La sociedad presenta un conjunto de requerimientos y expectativas a la educación en todos sus niveles y para el caso que nos ocupa, a la educación superior; éstos se presentan en términos de la creación del saber y trasmisión de la cultura en todas sus manifestaciones.

Para ello, la institución cumple tres funciones básicas: formación de profesionales y cuadros técnicos del más alto nivel, la investigación científica pura y aplicada y la extensión y difusión del saber.

Las funciones universitarias se conciben en el contexto de sociedades determinadas, en las cuales, el proceso educativo constituye un elemento esencial, capaz no sólo de reproducir, sino y, fundamentalmente, de contribuir a las transformaciones de la misma.

Tal como señala Faure (1972), la educación es a la vez producto y factor de la sociedad, lo cual plantea la relación dialéctica de educación y sociedad, sin la que es imposible comprender sus alcances.

El cumplimiento de la función docente implica considerar los requerimientos sociales en términos de necesidades individuales y colectivas, a la vez que los provenientes del mercado laboral. Se plantea así, la doble problemática de la demanda cuantitativa, en relación al número de profe-

sionales requeridos, con la demanda cualitativa, acerca de qué tipo de conocimientos, habilidades, actitudes, aptitudes y destrezas deben poseer tales egresados, para dar las respuestas requeridas al proceso de transformaciones sociales que la Universidad debe apoyar.

Es así, como el problema de la educación en general, y de la Universidad en particular, se plantea en términos del establecimiento de nuevas estrategias de planificación, que atienden no sólo los aspectos de expansión lineal o cuantitativa, sino, y sobre todo, de atención al mejoramiento cualitativo de los servicios. (Coombs, P. y G. C. Ruscoe).

En este sentido se plantea el más profundo cuestionamiento a la Universidad y sus funciones: su real vinculación con el desarrollo. Al respecto, se comparte la idea de que:

... en los países social, económica y culturalmente no consolidados, se pide a las universidades una mayor conexión con esos aspectos de desarrollo. Tal es la causa, por la que presentan tonalidades y direcciones peculiares, puesto que, además de las funciones que, como tales, les corresponden, las fuerzas nacionales las incitan a obrar como motores del desarrollo y a re-examinar las funciones tradicionales, a la luz de su concreta responsabilidad histórica. Sin que con esto deba pretenderse que echen por la borda su tarea educativa ni sus competencias científicas y tecnológicas, porque

es desde esas perspectivas desde donde se les reclama su principal contribución. De lo contrario, sería prácticamente nulo su aporte a los procesos liberadores, por mantenerse en el estadio del "préstamo cultural" que, hasta ahora, sigue siendo su estilo predominante de vida (1).

Cuando se trata de establecer las relaciones, entre las demandas de la sociedad a la Universidad, es de imperativa importancia, considerar el curriculum en sus diferentes fuentes, etapas, proceso y elementos, ya que en el mismo se sintetiza el conjunto de opciones filosófico, político, económicas, sociales y pedagógicas que la sociedad considera fundamentales para su preservación y desarrollo.

Curriculum es un término latino que etimológicamente significa recorrido o caminata, de reciente incorporación en la bibliografía educativa (1918, en The Curriculum, de Franklin Bobbit). El concepto ha variado, a través del tiempo, y aún cuando no fue motivo de consideraciones teóricas hasta esa fecha, se reconoce la existencia de prácticas curriculares desde el momento mismo en que se procede a sistematizar la enseñanza. Hasta principios del Siglo XX el curriculum se consideraba como el conjunto de materias para aprender y se le identificaba, con pla-

---

(1) NASSIF, Ricardo. Teoría de la Educación. Problemática Pedagógica Contemporánea. Madrid: Edit. Cincel, S.A., 1980. página 348.

nes y programas de estudio. A partir de 1925 se produce una modificación en el concepto: la materia cede su lugar a las actividades que el alumno realiza para aprender. Es el momento de la escuela activa: currículo centrado en intereses, necesidades, funciones sociales, áreas de vida (Dewey, W. James, Kilpatrick y otros, especialmente en Estados Unidos). Sin duda, esto se constituyó en un adelanto, resultante de los avances de la pedagogía y de la psicología; no obstante, se reconoce que se produjo ante todo, un cambio en la forma, en el procedimiento, pero en esencia, la materia seguía constituyendo el eje de la acción educativa.

Posteriormente, se reconoce la necesidad de redefinir el objeto de estudio, en relación al sujeto de aprendizaje y se plantea el interés por una concepción integradora del concepto currículo, que trascienda lo tradicionalmente aceptado. El currículo se define, desde el punto de vista del alumno y de lo que el sistema provee para orientar los aprendizajes en un contexto socioeconómico-cultural y político determinado.

Con estas concepciones aparece un conjunto de aproximaciones, para definir el curriculum, que enfatizan en las experiencias que obtiene el alumno y con énfasis en los diferentes aspectos que inciden en el logro de los mismos: recursos, objetivos, medios, actividades (Caswell,



Sowards y Scobey, Saylor y Alexander). En esa dirección, ocupa un lugar preponderante, la corriente de currículo como experiencia, derivada de objetivos específicamente predeterminados (Tyler, 1950, Pophman y Mager), la que ha exigido una gran parte del esfuerzo de los educadores en general, y de los especialistas en currículo, en especial (en América Latina desde los años 60). No obstante, incluso sus propios autores, y los estudiosos en psicología cognoscitiva y evolutiva, expresan sus dudas acerca de la validez de tal especificación de comportamientos, como aprendizaje, de manera secuencial y rígida; sobre todo, cuando se formulan, desde fuera del sujeto y en la cual, éste último, no tiene opciones para su replanteamiento.

En la búsqueda de nuevos enfoques, se avanza en la consideración del currículo, como experiencia, a partir de una oferta de oportunidades definidas de aprendizaje, establecidos por las instituciones, no obstante, en el convencimiento de que el sujeto extraerá de dichas oportunidades, de manera personalizada y creadora, los aprendizajes que estima significativos.

Entre tales aproximaciones, y para efectos de este estudio, se acepta que curriculum es:

el ambiente cultural que ha sido seleccionado a propósito, como un conjunto de posibilidades para facilitar las transacciones de aprendizaje (1).

---

(1) MACDONALD, James B. Reescolarizando la Sociedad. Un Modelo Conceptual: Teoría Curricular. 1978. pág. 23.

Este concepto plantea la necesidad de considerar algunos términos sustantivos. Cuando se acepta, que curriculum es un "ambiente cultural", este ambiente se define como el contexto que determina el aprendizaje, que provee a la vez las fuentes del mismo curriculum. El ambiente constituye un punto de partida y de llegada, es el motivo principal del curriculum antes que la "preselección de actividades para producir productos finales pre establecidos".

(1)

Las transacciones educativas o transacciones de aprendizaje, están referidas al proceso dinámico de interacción entre los sujetos que aprenden, con aquellos con quienes comparten ese aprendizaje y las ideas o conceptos sobre los cuales actuarán, en un determinado contexto social; que para que alcance su plena realización, deberá estar caracterizado por un profundo contenido ético-humanístico. Este modelo de aprendizaje, que se centra en lo personal, envuelve tres facetas interrelacionales y dinámicas: la exploración, la integración y la trascendencia de lo aprendido, de forma tal que, se concibe como un proceso activo y social de selección de valores considerados necesarios para ser preservados: libertad, pluralismo y participación.

---

(1) MACDONALD, James B. *Op. cit.* pág. 24

El modelo propuesto, no niega la necesidad del planeamiento, ejecución organizada y evaluación del currículo. No obstante, el centro de interés, serán las experiencias del sujeto que aprende, en lugar de criterios tecnológicos de eficiencia y eficacia, basados en objetivos susceptibles de ser medidos. Se enfatiza en el desenvolvimiento del hombre, en el ambiente de aprendizaje que debe estar revestido de compromisos ético-humanísticos elevados, que proveerá los límites de las decisiones curriculares.

El curriculum, así entendido, debe organizarse de acuerdo con áreas interdisciplinarias de investigación, que pueden trascender el marco de las instituciones, para abordar el estudio en la realidad social. El sujeto acude a estas áreas de investigación, a redescubrir la estructura conceptual de las disciplinas, (estructura que se considera sustantiva como base para el desarrollo del conocimiento), punto final en el proceso formativo y no inicial.

Las áreas de investigación, se seleccionarán para "fomentar y reflejar los valores sociales y culturales fundamentales que nosotros mantenemos como esenciales para el desarrollo humano" (1). Esta forma de acceder al conocimiento será planteada, altamente participativa, grupal

---

(1) MACDONALD, James B. Ops.cit. pág. 32

y personalizada a la vez. Los resultados se evalúan permanentemente, no sólo desde la instancia educativa, sino y sobre todo, en relación a los requerimientos y necesidades que la sociedad plantea. Interesará, antes que la evaluación a base de test estructurados, a partir de objetivos preseleccionados, la determinación de logros basados en criterios de aprendizaje logrados (evaluación cualitativa de productos logrados por cada alumno).

Este tipo de concepción curricular implica, para la Universidad, una toma de opciones pedagógicas y de política que permitan la aceptación y puesta en marcha de un modo, si se quiere, más universitario, de ver la docencia. Se reconoce que el alumno que acude a la universidad, posee características propias de un adulto, tiene definidos los rasgos de su personalidad, metas y formas de auto-dirección. Por ello, se exige un replanteamiento de la labor formativa, para que ésta se adecúe más a la naturaleza de los enseñantes y a los fines de la propia Universidad.

La universidad, concebida como centro de investigación, de desarrollo abierto y pluralístico de las ideas, casa de estudios, en donde la libertad es condición sine qua non para la trasmisión y producción del conocimiento, implica adoptar posiciones más amplias, flexibles y progresistas, en torno a los procesos de planeamiento, conducción y evaluación del aprendizaje.

La educación en general, y la Universidad, con mayor razón, debe orientar su curriculum en forma tal, que se sustente en el proceso de desarrollo, en habilidades para la educación permanente lo que constituye, como señala la UNESCO (1972), la idea rectora de las políticas educativas de nuestro tiempo. Se trata de fomentar en el alumno, más que el aprendizaje de conocimientos en sí mismo, el aprendizaje de un conjunto de habilidades propias de una educación para el futuro, que capaciten al hombre, para obtener por autogestión, la información o conocimientos necesarios para manejarse exitosamente; otras habilidades para usar adecuadamente la información, para la solución de los problemas y las habilidades para comunicar a otros, los resultados de su quehacer, que así entendido, deben representar nuevos aportes. (Ver Armando Morles, CINTERPLAN, 1982).

La formación de profesionales demanda un conjunto de definiciones, filosóficas, científicas, técnicas, sociales, psicológicas y pedagógicas, que se concreten en planes de estudios, los que se conciben como aquellos instrumentos curriculares que "definen el tipo, organización y estructura de todos los aspectos que para fines de enseñanza, se consideran social, cultural y profesionalmente valiosos y eficien-

tes" (1).

Por ello, los planes de estudio constituyen un compromiso de la universidad como institución y el marco de referencia para aspirantes, estudiantes, docentes y administrativos de los centros de estudios superiores. El plan de estudios como instrumento rector contiene:

- una definición de los resultados educativos que se espera obtener (fines, objetivos, perfil profesional).
- una definición del tipo y la organización de los estudios.
- la organización temporal de los estudios.
- las líneas curriculares ejes de la formación.
- una determinación de pre-requisitos que deben poseer los estudiantes.
- criterios y orientaciones de selección y organización de actividades y recursos que permiten el logro de los objetivos.

A partir de estas definiciones se avanza en el diseño de los programas de asignaturas, en las que aparece, en forma detallada, el conjunto de objetivos generales y específicos, los contenidos, actividades, recursos y formas

---

(1) Universidad de Panamá. Oficina de Supervisión y Planeamiento curricular. Aspectos Curriculares. Universidad de Panamá: Imprenta Universitaria, 1985, pág. 8.

de evaluación correspondientes, que contribuyen al logro de los propósitos que se proponen en el plan.

El diseño de los planes y programas, obedecerá a un proceso científico de determinación de necesidades y posibilidades, producto de un diagnóstico de carácter científico, que permita reconocer los puntos de partida y de llegada. Implica además, la consideración de las fuentes que sirven de marco referencial y de insumo al propio diseño: la filosofía, la psicología, las disciplinas y las características de la institución. En ese sentido, el proceso de diseño a nivel superior, debe considerar los principios de libertad de cátedra y de investigación, entendidos como libertad académica, que requiere como condición para hacerse efectiva, la posibilidad de demostrar y comprobar que se cuenta con los conocimientos apropiados. Esta libertad de cátedra, es el fundamento del trabajo académico de la Universidad, con respecto a sus relaciones externas frente a la sociedad, el estado, el gobierno, las organizaciones profesionales y en general, la opinión pública. No obstante, vale aclararse, que el interés general de la Universidad, su mandato institucional debe integrarse en forma armoniosa y sistemática; por ello, el diseño de planes y programas de carreras, debe responder de manera metódica a sus fines y objetivos. De esta manera, cualquier propuesta curricular de formación, debe contemplar este tipo de consideraciones

si pretende responder a los verdaderos fines de la Universidad. En el caso que nos ocupa, el de la Comunicación Social, el problema de la consideración de las fuentes cobra singular importancia, especialmente, en cuanto a la propia disciplina. Al respecto, la definición de los distintos factores que inciden en la formación de comunicadores sociales, se ve condicionado, según Fuentes Navarro (1987), por dos características: "la inmadurez teórica vigente y la tensión que esta inmadurez científica establece con un conjunto contradictorio de prácticas sociales" (1). Esta situación, que se reconoce como propia de diferentes países de la región, también tiene expresiones en la Facultad, en tanto se acepta la necesidad de un mejor desarrollo conceptual, un marco ideológico-pedagógico institucional propio para abordar de manera más integrada la formación de comunicadores sociales. Se observa, por el contrario, la convergencia de diferentes enfoques, puntos de vista y corrientes, que no pocas veces, dejan traslucir la yuxtaposición de ideas, en detrimento de la coherencia que debe orientar la labor. Según CIESPAL (1974), existen distintos niveles de formación de comunicadores sociales en la región: científicos

---

(1) FENTES NAVARRO, Raúl. Algunos Antecedentes Documentales de Diagnóstico sobre la Problemática de la Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina. FELAFACS-AFACOM: mimeo, pág. 18, 1987.



sociales, estrategias y planificadores, operadores de medios, productores de contenido y técnicos.

Cada uno de los niveles se define así:

1. **Científicos Sociales:** con capacidad de investigar y hacer propuestas fundamentales en el desarrollo de la teoría y el método, y aún para la concepción epistemológica de la comunicación y su interacción con otros sectores de las ciencias sociales y el conocimiento general.
2. **Estrategas y Planificadores:** que pueden diseñar planes, programas y proyectos y ejecutarlos para que diversos sectores, usen la comunicación en forma sistemática y racionalizada, vinculándola, cuando sea necesario, a proyectos específicos de desarrollo integral y cambio social.
3. **Operadores de los Medios:** en el sentido de los profesionales que pueden comandar centros de producción de cine, de televisión o de prensa, entendiendo tal trabajo, como en su concepción completa y global.
4. **Productores de Contenido:** son aquellos profesionales que tienen a su cargo la codificación de los mensajes en lenguaje escrito, en imágenes o sonidos, caso típico de los periodistas, guionistas, libretistas, caricaturistas, etc.
5. **Técnicos:** comprendiendo a quienes utilizan habilidades diversas, como las ilustraciones, la ilustración sonora, el laboratorio o las partes físicas de producción (1).

---

(1) FUENTES NAVARRO, Raúl. Algunos Antecedentes Documentales de Diagnóstico sobre la Problemática de la Formación Universitaria de Comunicadores Sociales. Ops. cit. pág. 19.

Otro de los aspectos que se considera en la formación de Comunicadores Sociales, es el tipo de orientación, de contenido ideológico de la misma. En una dirección de comunicación para el desarrollo, habría que reflexionar acerca de las limitaciones que ésta tiene, al respecto, en la Facultad. Por el contrario, en concordancia con la posesión de los medios por parte de las clases dominantes, y en respuesta al modelo socio-económico de dependencia, éstos se constituyen en instrumentos para apoyar el status quo.

La Facultad de Comunicación Social, para corresponder a la misión histórica que le compete como parte de la Universidad, tendría que promover la incorporación al curriculum de elementos de una comunicación que apoyen el proceso de desarrollo cultural autóctono, la difusión de conocimientos para fortalecer los niveles de salud, de educación, la agricultura, la industria, etc., que son fundamentales para alcanzar el desarrollo y la independencia. Para ello se requiere de la participación efectiva en los procesos comunicacionales de los grupos y sectores de población a quienes corresponden hoy día, el trabajo creador para hacer posible el desarrollo. Se acepta que:

"Para poder neutralizar el modelo jerárquico dependiente de los medios, se hace necesario desarrollar estructuras de comunicación participativa que aseguren que los grupos marginados tengan acceso a la información que es relevante para el entendimiento de los procesos decisorios y que pueden hacer su contribución a este proceso" (1).

De esta manera, se deberá proyectar la acción formadora de comunicadores sociales, a fin de lograr una mejor correspondencia, entre la oferta y la demanda, en términos de necesidades sociales y no sólo laborales de los sectores empleadores.

Esta correspondencia será de mayor calidad, en la medida en que las experiencias de aprendizaje del sujeto se acerquen a la realidad en que transcurre su formación. En ese aspecto y consustancial a la definición de planes y programas de estudios y dentro de la línea curricular de materias avanzadas de especialidad, se sitúa lo relativo a la práctica profesional. La misma, es una actividad fundamental de la carrera, que permite al alumno llevar a la realidad, en una situación concreta de trabajo en una empresa, el conjunto de habilidades, conocimientos y destrezas aprendidas a lo largo de los años de estudio. En ella, el alumno se pone en contacto directo con las situaciones de trabajo y debe constituirse en una experien-

---

(1) CROWLEY, David, Alan Etherington y Ross Kidd. Manual de Grupos de Aprendizaje Radiofónico. Quito, Ediciones CIESPAL, 1981. pág. 34.

cia enriquecedora, integral y profunda, que sintetiza en su amplia expresión, la necesaria vinculación teoría- práctica.

El carácter universitario de la práctica profesional conforma, como señalan Ibarrola De Solís y Glazman de Weisberg:

el nivel de comportamiento de las actividades en función de una capacidad reflexiva y crítica que se busca en el universitario; lo que permite la profundización no sólo técnica, sino científica y cultural en su campo de acción (1).

La práctica profesional debe estar íntimamente vinculada a los requerimientos técnicos y profesionales de las empresas, con los problemas inherentes al cambio social y a las necesidades de la población, que esperan del profesional universitario, una actitud comprometida en aras del desarrollo y no la simple reproducción del status quo.

El análisis de la práctica profesional atiende al estudio mismo de las profesiones para las cuales se forma al estudiante. Las profesiones se definen, como el resultado de procesos de diferenciación social y se distinguen por un conjunto de actividades que implican conocimientos y

---

(1) IBARROLA DE SOLIS y Raquel Glazman de Weisberg. Práctica Profesional. Una Metodología para su Especificación. En Diseño de Planes de Estudios. UNAM. 1975, pág. 68.

fundamentos teóricos y técnicos, simples o complejos, que permiten desempeñar tareas, debidamente integradas para asegurar la producción de bienes o servicios concretos de parte de quienes las practican. Un profesional propiamente dicho, deberá poseer una vasta y sólida cultura general, científica, humanística y tecnológica, que sólo la Universidad puede brindar; sin desconocer la posibilidad de instituciones superiores no universitarias que, generalmente ofrecen las posibilidades de aprendizaje de las técnicas de tales profesiones. (González Casanova, 1975).

Las funciones fundamentales de la Universidad respecto a las profesiones se sintetiza de acuerdo con Latapí (1986), en las siguientes:

- a) la reproducción de la fuerza de trabajo requerida por el modo de producción.
- b) la selección.
- c) la conformación en los profesionales de una ideología adecuada al funcionamiento del sistema social.

Ello es explicable, si se parte de la aceptación de la manera cómo se ofrecen los servicios profesionales, está en relación directa al contexto económico-social, en que éstos se generan y desarrollan. En la medida en que se transforman las fuerzas productivas y se hace compleja la división del trabajo, las profesiones se hacen extensi-

vas; las relaciones personales y en pequeños mercados pasen a ocupar un lugar fundamental como mecanismo básico de generación de las riquezas. No obstante lo anterior, la reflexión de la Universidad acerca de las profesiones y de la práctica profesional, tendrá en cuenta, no sólo las actividades inherentes a cada profesión, tal como se verifican en el campo laboral, sino sobre todo, las finalidades, metas y propósitos de la institución universitaria, en el marco de su autonomía académica y científica para una permanente retroinformación. Ello implica considerar tres variables interrelacionadas: las necesidades sociales existentes y exigencias del mercado laboral, las funciones que debe realizar el profesional para dar las respuestas requeridas y los objetivos educacionales implícitos en tal actividad.

Como parte de una propuesta curricular, y a fin de comprender sus alcances, es necesario reconocer los fundamentos en que se sustenta la práctica profesional.

La práctica profesional se fundamenta, básicamente, en el principio universalmente aceptado de la vinculación, entre la educación y el trabajo originado a partir de los trabajos de Marx y Engels. El trabajo es una noción fundamental para estos autores; según Engels, es

la condición básica y fundamental de toda la vida humana. Y lo es en tal grado que hasta cierto punto debemos decir que el trabajo ha creado al propio hombre (1).

Con esta premisa se reitera que el trabajo ha sido el motor, la fuerza impulsora de la humanización del hombre y el desarrollo de la historia;

se entiende que si la formación del hombre se realizó a través del trabajo, trabajo y formación no pueden ser separados (2).

Marx y Gramsci se ocuparon de la unión de enseñanza y trabajo entendida como:

el proceso educativo destinado a formar hombres omnilaterales, que se introduzcan en la actividad social después de haber sido llevados a un determinado grado de madurez y capacidad para la creación intelectual y práctica (3).

Los creadores del marxismo, daban amplia importancia a la formación omnilateral del hombre, en oposición a la unilateralidad del mismo; la formación omnilateral es sinó-

---

(1) ENGELS, Federico. El Papel del Trabajo en la Transformación del Mono En Hombre. En Obras Escogidas de Marx y Engels. 1876. Moscú. Edit. Progreso, 1978, pág. 371

(2) PALACIOS, Jesús. Las Bases de la Pedagogía Socialista. En la Cuestión Escolar, 2a. edición. Barcelona. Edit. Laia, 1980. pág. 338.

(3) MANACORDA, Mario. Marx y la Pedagogía Moderna. 1a. edición en castellano. Barcelona: Ediciones Oikos-Tav. 1969. pág. 152.

nimo de "desarrollo total, completo, multilateral, en todos los sentidos, de las facultades y de las fuerzas productivas, de las necesidades y de la capacidad de su satisfacción" (1).

Esta visión formativa tiene implicaciones pedagógicas, en cuanto se plantea la necesidad de la integración entre las estructuras de la ciencia y de las prácticas de la producción, de lo cual, deben derivar nuevos aprendizajes y aproximaciones teóricas y viceversa.

Este principio pedagógico de vinculación de la escuela con el trabajo tiene, a través de la historia, diversos antecedentes.

Entre los antecedentes más remotos de la asociación del trabajo manual e intelectual, se señalará a San Benito (Siglo IV) - ora et labora, principio que sirvió de base a la fundación de su orden; también se reconoce como precursor a Comenio (1592-1670) quien introdujo en sus escuelas en Moravia, el trabajo manual. La idea de vincular la escuela al trabajo, tiene también, en Rousseau (1712-1788) un defensor, que preconizó la necesidad de que en la educación, se tome en cuenta el medio ambiente, los sentidos y la experiencia; estas ideas influyen en el pensamiento

---

(1) MANACORDA, Mario. Marx y la Pedagogía Moderna. 1a. edición en castellano. Barcelona: Ediciones Oikustau. 1969. pág. 87



de Pestalozzi (1746-1827) Froebel (1782-1852) y Dewey (1859-1952) en la medida de propugnar por una educación teórica-práctica que superara el tradicional verbalismo. De igual forma, se reconoce al socialista utópico francés Fourier (1771-1837) como propulsor de la educación en diversos oficios y la inclusión en la escuela de una capacitación para el trabajo productivo; el inglés Robert Owen (1771-1858) en Lanark lleva a la práctica las ideas de Fourier y crea la "media escuela - media fábrica".

De igual forma, la obra pedagógica del alemán Georg Kerschensteiner (1854-1932) se considera un antecedente importante; su obra "El Concepto de la Escuela del Trabajo" (1912), mostró sus principales ideas al respecto. En ella señala que el trabajo educativo se introduce en la escuela, para la formación de "hombres útiles al Estado" mediante el dominio de técnica y actitudes productivas.

Pero, se reconoce que la aparición propiamente dicha, del principio pedagógico de la vinculación de la escuela al trabajo productivo, es resultado de la aplicación de las ideas originales de Marx (1818-1883) y Engels (1820-1895) acerca de la educación del hombre. Ambos pensadores no escribieron, específicamente sobre los problemas pedagógicos, pero se ocuparon de precisar sus ideas acerca de la formación omnilateral del mismo, tal como se indicó.

Las ideas de la escuela soviética, alcanzaron a desarrollarse desde los planteos iniciales de Marx y Engels a Krupskaya, (1869-1939) y Makarenko en sus colonias Gorki (1888-1939).

En Makarenko se propone como principio rector de sus colonias, el trabajo colectivo, productivo, no alienante, sino, educativo y como medio de forjar al alumno en la disciplina y el sentido de solidaridad social. Al respecto, Pistrak, teórico destacado de la pedagogía rusa, en su obra "Problemas Fundamentales de la Escuela del Trabajo" (1924), analiza el fundamento de la vinculación entre ambos. Formula las bases teóricas del principio de estudio y trabajo y destaca el reconocimiento del valor de este principio, como medio para: vincular la escuela al medio ambiente ("la actualidad"), formar en el hombre el valor de la solidaridad social, la disciplina y especialmente, por cuanto: "El más estrecho de los contactos entre la escuela y la economía es indispensable si queremos depender de hombres que comprendan claramente los principios de nuestra obra creadora, que tomen parte activa en ella, y la consideren como obra suya" (1).

---

(1) PISTRAC. Problemas Fundamentales de la Escuela del Trabajo. Traducción de Loly Morán y Juan A. Millán. España: Edit. Sociedad de Educación. Atenas, 1975. pág.91.

Así, la vinculación entre la escuela y el trabajo, no es simplemente un problema metodológico, lo metodológico es parte de ello; lo fundamental es que a través del mismo, se da lugar al desarrollo de las premisas de la naturaleza social del acto educativo. Para ello, el lugar por excelencia, donde se podrá concretar esta vinculación serán las empresas, entre tanto en ellas se verifica el complejo mundo de interrelaciones del proceso productivo de la sociedad, (relaciones de producción) y se verifica así la vinculación de la ciencia y el trabajo, tan necesarios para la formación del alumno (teoría - práctica).

Más recientemente, Freinet (1896-1966) desarrolla los postulados de la Escuela Moderna, en ella, el trabajo ocupa un lugar fundamental, el mismo orienta el pensamiento de los hombres y justifica su ser individual y social; el trabajo es un símbolo de paz, elemento y motor del progreso y base de la dignidad humana, es parte consustancial del credo pedagógico de este eminente pedagogo francés.

En Panamá, la introducción del principio de vinculación del trabajo intelectual con el manual en la enseñanza se comienza a desarrollar, según Francisco Céspedes, en los últimos años del Siglo XIX; al respecto, señala que comienzan a difundirse las ideas de pensadores como Comenio, Rousseau y Pestalozzi, ideas que derivan en principios pedagógicos, tales como:

Deben aprenderse cosas útiles, ya sea por su aplicación práctica o por su valor disciplinario..."; "El aprendizaje de un oficio es útil a todo individuo (1).

Con la creación de la República se promulga la Constitución de 1904, que establecía la existencia de escuelas de "artes y oficios" posteriormente, la Ley 11 de 23 de marzo de 1904, Orgánica de Educación, establecía, entre otros aspectos, que la instrucción pública se dividiría en primaria, secundaria, industrial y profesional; que la instrucción primaria se encaminaría en forma práctica y ayudaría, entre otros aspectos, a formar individuos capaces de participar en el desarrollo agrícola, industrial y comercial. Además se proponía que los maestros fuesen idóneos no sólo en la enseñanza de las disciplinas intelectuales y morales, sino en los principios aplicables a la industria, agricultura, comercio; se planteó así, formar maestros prácticos, más que pedagogos eruditos. Bajo tales orientaciones se crea el Artes y Oficios, en 1904; en 1910 en el Decreto Nº 2, Orgánico de la Enseñanza Primaria, se reiteraba que la misma debería ser esencialmente práctica, adecuada a la realidad del país y de la localidad en que

---

(1) CESPEDES, Francisco. La Educación en Panamá,  
Panorama Histórico y Antología. Panamá: Biblioteca de  
la Cultura Panameña. Imprenta Universitaria. 1985.  
pág. 32

se encontraba inmersa la escuela. Más adelante, en 1911, el Artes y Oficios se perfecciona con una nueva orientación alemana, (debe recordarse la contratación de profesores alemanes en los primeros años de la República para organizar el sistema educativo), que permitió vincular la parte científica, con la técnica y el trabajo. Más adelante, Céspedes señala que en la década del 1920 se establecieron otros establecimientos de educación práctica como la Escuela Profesional de Mujeres y una Escuela Nacional de Agricultura, de pocos años de duración; según Andreve, ya no había entusiasmo por los estudios de "cutarra y chácara al hombro". Así, en los niveles primario y medio, los planes y programas de estudio de entonces concedían mayor importancia a los estudios de tipo teoricista.

A mediados de 1920 - 1930 se desarrollan los principios de la "escuela activa", de la "nueva educación" impulsados por distinguidos educadores como José Daniel Crespo, Jephtha B. Duncan, Octavio Méndez Pereira, entre otros. Por otra parte, ideas de renovación del pensamiento social que se generaban en pensadores de la América Latina como Martí, Mariátegui, Sarmiento, José Cecilio del Valle, entre otros, sugerían la necesidad de replantear la formación del hombre como ser integral, capaz de incorporarse al trabajo productivo y al mejoramiento del nivel de vida de nuestros pueblos.

Estos esfuerzos por modificar el teoricismo que prevalecía en la educación, no alcanzaron a imponerse y así, nuestra educación, hasta hoy, va marcada por la disociación entre el trabajo manual y el intelectual.

Cuando se funda la Universidad de Panamá, en el discurso inaugural, el primer Rector se refería a la necesidad de que la educación superior formase hombres libres, cultos y productivos; así, por ejemplo, indicaba:

...el ideal al que debe tender una institución nueva como la nuestra, la Universidad cultural, educadora y libre, sin claustros cerrados, ni divisiones artificiales, ni menosprecio por las actividades prácticas, donde todas las disciplinas naturales, sociales y económicas sean experimentales...'  
(1)

De esta manera se plantea desde los inicios de nuestra institución, la preocupación por la vinculación de la teoría - práctica; no obstante, es poco lo que se ha logrado, tal como se indicó al inicio de este estudio.

---

(1) \*MENDEZ PEREIRA, Octavio. Discurso Pronunciado en el Acto Inaugural de la Universidad de Panamá, el día 7 de octubre de 1935. En: Universidad Autónoma y Universidad Cultural. Panamá: EUPAN. 1973. pág. 3.

En el proceso de práctica profesional en las empresas, se pone en práctica parte de los postulados antes señalados; aún cuando, se reconoce que la misma, carece en nuestra Universidad, de una sustentación teórica que permita ampliar sus alcances actuales, como vehículo formativo, esencial para la comprensión de la dinámica productiva y fuente de aprendizajes integradores.

El valor de la vinculación del trabajo productivo a la enseñanza, es reconocida desde diferentes ángulos: financieros, de política educativa y esencialmente, por su valor educativo. Al respecto, tenemos que:

La inserción del trabajo en el proceso educativo se considera como una cuestión interna, que supone un cambio en los contenidos, los métodos y las estructuras de los programas educativos. La asociación entre los conceptos de educación y trabajo no sólo aspira a introducir un trabajo manual productivo, sino también a alentar al estudiante a acometer actividades concretas que sean directamente útiles para la sociedad. El foco de interés se centra en actividades destinadas, en última instancia, a iniciar al alumno en tipos específicos de tecnología, a crear objetos y bienes útiles para la sociedad, actividades organizadas y deliberadamente integradas en el proceso de aprendizaje en toda la educación general y a todos los niveles del sistema escolar, sin que por ello se confieran

a la enseñanza asociada al trabajo metas que sean estricta o exclusivamente económicas o profesionales o se la aleje de la escuela y los educadores  
(1)

En este sentido, se plantea intrínsecamente la adopción de un modelo psico-pedagógico de cómo se aprende en cuanto se acepta, que la interacción sujeto - objeto es la fuente primaria de conocimiento (Piaget, 1948).

El hombre construye sus ideas - nociones y esquemas de conocimiento a partir de la manipulación activa y consciente sobre los elementos del modo que intenta aprender. Por ello, el trabajo práctico se constituye en fuente inagotable de aprendizajes.

Para que la Universidad cumpla, cabalmente con sus fines, en la formación de los profesionales, que el desarrollo demanda, la práctica profesional, se constituye en un medio más directo para ofrecer al alumno la oportunidad de actuar crítica y creadoramente, a partir de sus conocimientos sobre el medio, de forma real, en la práctica. Esta práctica profesional, debe poseer ciertas características para que cumpla sus verdaderos objetivos: tendrá

---

(1) VON BORSTAL, F. Productive Education: A comparative study of the present-day experience in developing nations. Universidad de Toronto. 1982. Citado por Roselyn R. Gillespie y Colin B. En El Trabajo Productivo en la Escuela: Una Evaluación Internacional. En Perspectivas. Revista de UNESCO. Vol. XVII, Nº 1, 1987. pág. 11.



un carácter realista, interdisciplinario, con plena participación del alumno, mediante la cogestión entre alumno, docentes, administrativos y empresas, con un carácter crítico y reconstructivo de la experiencia de formación y prácticas laborales. Esto es posible, en la medida en que el estudiante esté preparado de manera integral y científica; que posea actitudes de superación constante, que demuestre capacidades para la creación original, la solución de problemas y en fin, que sea capaz de adaptarse al medio laboral y transformar, desde su posición, aquellos elementos susceptibles de tal propósito.

Además debe poseer ciertas características curriculares en torno a las cuales gire el proceso; es fundamental que la práctica profesional, se encuentre debidamente articulada en la estructura general del plan de estudios, que es el instrumento orientador de la formación, en el cual, se distribuye un conjunto de líneas formativas: línea curricular de materias de cultura general, línea curricular de ciencias sociales básicas, línea curricular de materias básicas de la especialidad y por último, la línea curricular de materias avanzadas de la especialidad. Lo anterior implica, considerar que, tanto lo interno de estas líneas curriculares, como de ellas, entre sí, debe existir adecuada integración, continuidad y periódicas evaluaciones con su retroinformación oportuna que garanticen aprendi-

zajes con significado, progresivos y graduales. Esto deriva de una cuidadosa selección y organización para que cada asignatura tenga significado en el conjunto y contribuya, como materia antecedente o consecuente, a mantener la unidad de formación, con óptica de sistemas.

La práctica profesional, inserta en la línea curricular de materias avanzadas de especialidad, tiene la particularidad de conjugar todos los aprendizajes, de allí que la organización de la misma, exige un alto sentido de integración con otras asignaturas, específicamente, con asignaturas de avanzadas de esta línea de especialidad; lo que supone una dimensión de planeamiento, ejecución y evaluación cooperativa de la práctica profesional, por parte del equipo de docentes que atienden el último nivel de la carrera.

Es necesario que la práctica profesional se articule, adecuadamente a las exigencias del mercado laboral, de tal forma que los alumnos posean aquellos comportamientos que se consideran útiles para un ejercicio profesional. Esto implica un proceso de permanente comunicación y coordinación entre la Facultad y las empresas, de tal forma que se produzca un proceso de intercambio, de enriquecimiento de doble vía entre ambas instancias que permita integrar los requerimientos de las empresas y las orientaciones universitarias.

La práctica profesional, como asignatura que sintetiza el haber cultural que define una profesión, debe realizarse en una dirección interdisciplinaria cónsona con las exigencias de la educación superior. Al respecto, sobre la dimensión actual de la interdisciplinaridad y su rescate a nivel de la enseñanza, se señala que:

Incluso cuando se presenta en una perspectiva resueltamente moderna e innovadora, cuando tiene el aire de una protesta vehemente contra un saber en migajas, tan alienante en el plano cultural, como el trabajo superespecializado en el mundo de la producción, la interdisciplinaridad puede ser considerada como una tentativa de restauración de los objetivos de una enseñanza que progresivamente se ha desviado de sus propios fines, vencida por su propio desarrollo o por la sumisión a las necesidades dispersas de la sociedad.

Nostalgias de un humanismo a la vez científico y literario, tal como el Siglo XVIII lo ha conocido y tema permanente de una ciencia, de las ciencias o de un saber absoluto, exigencia de la ciencia por el hecho mismo de su desarrollo, y crisis de la universidad, todos estos elementos se mezclan sin duda y constituyen la dimensión histórica actual de la interdisciplinaridad' (1).

---

(1) Organisation de Cooperation et de Development Economiques. Centre Pour la Recherches et L'Innovation dan L'Enseignement: L'Interdisciplinarité. Problemes d' Enseigment et de Recherche dans les Universités. París, 1972. Citado por Ricardo Marín Ibáñez en Interdisciplinaridad y Enseñanza en Equipo. Madrid: Editorial Paraninfo, S. A., 1978.

El análisis indicado permite reconocer la necesidad de un replanteamiento institucional de la Universidad, que apoye la búsqueda de mayor cooperación entre especialidades, que supere el tradicional aislamiento de la cátedra, por el trabajo de equipo entre departamentos académicos o bien en equipos de trabajo para acciones específicas; tal es el caso de la práctica profesional, en la cual se debe procurar la integración entre, las materias académicas, con el trabajo que se realice en las empresas.

La práctica profesional es el espacio expedito para un tratamiento interdisciplinario, por cuanto en ella, se establece el punto de contacto entre el pensum de estudios y la sociedad circundante que se presenta como un todo integrado y complejo. La preparación para el trabajo, debe tener "necesariamente una cierta polivalencia, articulado en torno a un eje central, pero con elementos que la completen, le den los instrumentos necesarios para su fundamentación en determinadas zonas limítrofes o le faciliten los medios y lenguajes para aprendizajes futuros" (1).

---

(1) MARIN IBÁÑEZ, Ricardo. Interdisciplinaridad y Enseñanza en Equipo. Madrid: Editorial Paraninfo, S.A. 1978, pág. 19.

El profesional universitario de hoy, cuyo desempeño está condicionado por el vertiginoso desarrollo tecno-científico de la época, debe poseer cualidades que le permitan una visión sintetizadora y comprehensiva, una integración de los conocimientos y una esclarecida comprensión de los fenómenos naturales y sociales, para lo cual, la formación interdisciplinaria es la única vía.

En síntesis, la práctica profesional, debe proporcionar el máximo de oportunidades para que el alumno adquiera plena comprensión de las ideas y a la vez que aprenda a utilizarlas.

Este concepto de integración de aprendizajes, se presenta como una necesidad que debe ser abordada, a partir de la definición, con claridad, de las ideas comunes y relevantes hacia las cuales convergen, diferentes asignaturas y disciplinas presentes en el plan de estudios.

Esta selección de ejes integradores debe sugerir asimismo, el tipo de análisis, los métodos que se usen y las interrelaciones necesarias para entrar al estudio de su fenómeno, haciendo uso de las particulares herramientas, teóricos y metodológicos aprendidos desde las especialidades. Al respecto, Hilda Taba indica:

Es posible concebir que la preparación más efectiva en una serie de operaciones mentales se podría lograr, a través de la "integración" de material de varias disciplinas en el estudio de un tema o un problema, porque de esta manera, se expone al estudiante a métodos comparativos de pensamiento, se le enfrenta con la necesidad de emplear diferentes tipos de lógica y niveles de abstracción y se le exige aplicar el conocimiento de manera diversificada y mediante cánones también diversificados" (1).

Se pone de manifiesto la necesidad de una integración progresiva, entre asignaturas del Plan de Estudios, no sólo desde la esfera de la práctica profesional, sino, a lo largo de toda la carrera; de esta manera, será posible fomentar y ejercitar en el alumno, la adquisición de procesos mentales de razonamiento integradores para abordar la aplicación de los conocimientos. Al respecto, se indica la necesidad y posibilidad real de integración, en cuanto a actividades de tipo práctico en las diferentes asignaturas de los planes de estudio; si por razones de tipo administrativo-académico, las horas-crédito de práctica, aparecen definidas por asignaturas, es factible la unificación de tales períodos, en el momento de la administración de las oportunidades educativas de dichos planes. Con este tipo de orientación, se propiciaría un tratamiento integrador,

---

(1) TABA, Hilda. Elaboración del Currículo. Teoría y Práctica. Buenos Aires: Edit. Troquel. 1974. pág.253

necesario para la verdadera asimilación de los aprendizajes, base para el logro de la transferencia a las situaciones de la práctica profesional.

**9. Definición de Términos:**

A continuación se presenta una descripción sucinta de algunos términos curriculares empleados para el análisis y la respectiva fuente de procedencia.

1. Curriculum: Ambiente cultural que ha sido seleccionado a propósito, como un conjunto de posibilidades para facilitar las transacciones de aprendizaje (James MacDonald. Reescolarizando la Sociedad, Un Modelo Conceptual, pág. 23).
2. Plan de estudios: Instrumentación básica de la estrategia curricular. Constituye la racionalización de los recursos científicos y culturales, humanos, materiales y temporales en función de los objetivos logrados, mediante la citada estrategia. Contempla la determinación de las conductas finales, las que se aspira, que el alumno manifieste al cumplir todos los requisitos de aprendizaje establecidos y de los conductos intermedios que harán posible la generación de aquellos (PREDE-OEA. Ministerio de Educación de Venezuela, Universidad Simón Bolívar. Glosario de Términos Utilizados en América Latina en Materia

de Desarrollo Curricular. pág. 49).

3. Programa de Estudios: Dosificación de los diferentes aspectos de una asignatura o materia de estudio que, al partir de los objetivos generales, se organiza en objetivos específicos, contenidos, actividades de aprendizaje, actividades de evaluación y recursos indispensables para su desarrollo. (PREDE-OEA. Ministerio de Educación de Venezuela y Universidad Simón Bolívar. Glosario de Términos Utilizados en América Latina en Materia de Desarrollo Curricular. pág.55)
4. Objetivos Educativos: Conductas que un sistema educativo, en sus diferentes niveles, pretende consolidar, modificar y/o generar en los individuos objetos del mismo. (PREDE-OEA. Ministerio de Educación de Venezuela, Universidad Simón Bolívar. Glosario de Términos Utilizados en América Latina en Materia de Desarrollo Curricular. pág. 27).
5. Contenido: Areas de las disciplinas científicas y de la cultura en general, que se seleccionan y organizan en función de los objetivos específicos de cada unidad de aprendizaje y de los generales de la asignatura, y por tanto constituyen uno de los medios para facilitar el logro de dichos objetivos. (PREDE-OEA. Ministerio de Educación de Venezuela. Universidad Simón Bolívar. Glosario de Términos Utilizados en



América Latina en Materia de Desarrollo Curricular, pág. 66).

6. Asignatura: Cada uno de los campos de conocimiento que forman parte de un plan de estudios y que han sido establecidos en función de los objetivos generales del mismo, para permitir a los alumnos el logro de conductas más específicas. (PREDE-OEA, Ministerio de Educación de Venezuela. Universidad Simón Bolívar. Glosario de Términos Utilizados en América Latina en Materia de Desarrollo Curricular, pág. 53).
7. Perfil del Egresado: Es el conjunto de características que definen la imagen del egresado que se desea formar. Estas características responden a los conocimientos, habilidades, destrezas, actitudes, rasgos de personalidad, atributos culturales que son inherentes a la profesión en el plano académico y profesional. (Vice-Rectoría Académica. Oficina de Supervisión y Planeamiento Curricular. Aspectos Curriculares. pág. 11).
8. Práctica Profesional: Se caracteriza por el tipo de actividades propias de un tipo particular de ocupación y el carácter universitario de la carrera, (nivel de comportamiento tanto crítico, científico y humanístico). Coloca a los estudiantes en situaciones reales pertenecientes a la profesión escogida, a fin de apli-

car lo aprendido a dichas situaciones, fortaleciendo el "arte de la profesión". (Vice-Rectoría Académica. Oficina de Supervisión y Planeamiento Curricular. Aspectos Curriculares. pág. 13).

9. Modelo Interdisciplinario de Organización Curricular:

Es un tipo de organización en el cual las disciplinas pierden su independencia y se fusionan en torno a conceptos, ejes, problemas o principios claves; permiten al alumno el desarrollo de una amplia capacidad de interpretación, aplicación y la creación de conocimientos requeridos para afrontar situaciones nuevas y complejas. (Susana A. de Cols. La Tarea Docente).

10. Profesiones: Resultados de procesos de diferenciación social y se distinguen por un conjunto de actividades que implican conocimientos técnicos, más o menos simples o complejos y, en ciertos casos, de una forma científica, cultural y filosófica que permite desempeñar tareas, debidamente integradas para asegurar la producción eficiente de bienes o servicios concretos de parte de quienes las practican. (Henrique González Casanova. La Educación Profesional Universitaria. En Diseño de Planes de Estudios. Vol. 4. UNAM. pág.44)

11. Criterios de organización del curriculum: (Según Hilda Taba, en Elaboración del Currículo. Cap. 18.

La Organización del Contenido del Currículo y del Aprendizaje. Págs. 381 a 393).

11.1. Continuidad:

Indica la reiteración de los elementos principales del currículo, en el mismo nivel de complejidad.

11.2. Secuencia:

Se relaciona con la continuidad, pero se diferencia, en cuanto, ésta implica reiteración progresiva, avances en extensión, complejidad y dificultad. Se distinguen dos tipos, a su vez, interrelacionados; secuencia lógica (con base a la estructura de la disciplina y secuencia psicológica (que atiende a la continuidad progresiva de las experiencias de aprendizaje).

11.3. Integración:

Se refiere a la relación horizontal entre las actividades, contenidos y recursos en función de los objetivos propuestos (cuando se verifica a lo interno de la asignatura), también se presenta a nivel vertical y horizontal entre diferentes asignaturas cuando existen interrelaciones entre ellas; cuando se aprecia unidad dentro de la diversidad.

12. Líneas Curriculares: (Según Antonio Altamar T., en Recomendaciones en torno a la Interpretación de la Planilla para obtener información, sobre identificación de algunas materias de los planes de estudio de las carreras que se ofrecen en la Facultad de Comunicación Social de acuerdo con líneas curriculares establecidas. 1986).

Una línea curricular permite agrupar materias que forman parte de una carrera y que permiten integrar los diversos sectores del cosmos del conocimiento, debidamente escogidos en concordancia con sus objetivos.

Las líneas curriculares más comunes en una carrera universitaria son:

- línea curricular de Materias Culturales.
- línea curricular de Ciencias Sociales Básicas (para esta Facultad).
- línea curricular de Materias Básicas de la Especialidad.
- línea curricular de Materias Avanzadas de la Especialidad.

Descripción de las líneas curriculares:

12.1. Línea curricular de Cultura General:

Agrupar materias o disciplinas que contribuyan a una mayor comprensión de aquellas actividades, que se realizan en el ambiente interactuante del profesional de la comunicación social.

Ejemplo: "Composición, Estilo y Lenguaje de la Comunicación", en el plan de estudios de la carrera de Periodismo.

12.2. Línea curricular de Ciencias Sociales Básicas:

Agrupar materias de Ciencias Sociales, cuyos contenidos son el resultado de la aplicación del método científico, que le permitirá al estudiante de determinada carrera de Comunicación Social, interpretar, aplicar, analizar, evaluar contenidos de las materias relacionadas con la formación profesional en una determinada carrera.

Ejemplo: "Psicología Social", en el plan de estudios de la carrera de Periodismo.

12.3. Línea curricular de Materias Básicas de la Especialidad:

Agrupar materias de Ciencias Sociales Aplicadas a determinadas actividades profesionales de

cualquier carrera de Comunicación Social (integra materias teórico-prácticas con sus respectivos laboratorios). Se orienta al quehacer técnico-científico-humanístico de la carrera escogida.

Ejemplo: "Técnicas de Radio y T.V.", en el plan de estudios de la carrera de Relaciones Públicas.

"Principios de Diagramación", en el plan de estudios de la carrera de Periodismo.

12.4. Línea curricular de Materias Avanzadas de la Especialidad:

Se agrupan materias teóricas avanzadas de la especialidad que combinadas con metodologías de ejecución práctica permitirán su profesionalización en determinada carrera.

Ejemplo: "Radioperiodismo y Periodismo Audiovisual", en el plan de estudios de la carrera de Periodismo.

## **CAPITULO II**

**EL PROCESO DE LA PRACTICA PROFESIONAL  
EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL  
DE LA UNIVERSIDAD DE PANAMA**

1. La Formación de Comunicadores Sociales en la Universidad de Panamá:

Los estudios dentro del campo de la Comunicación Social en Panamá, son el resultado de un largo proceso de evolución dentro y fuera de la Universidad de Panamá. Los mismos, se inician en la rama periodística y posteriormente, se van diversificando hasta comprender otras áreas como, Relaciones Públicas, Publicidad y Radiodifusión.

Los primeros estudios en la Universidad de Panamá, datan de 1943 gracias al impulso que ofreció el rector fundador, Dr. Octavio Méndez Pereira, quien era, sin duda, un periodista en el sentido más amplio de la palabra. Estos primeros estudios de periodismo, se ubicaron en el Colegio de Ciencias y Artes Liberales y ofrecían el título de Bachiller en Periodismo.

La carrera se extinguió en el año 1947, por falta de matrícula, esto produjo un vacío formativo de la Universidad de Panamá; posteriormente en 1955, el Prof. Federico Velásquez, crea, en el Instituto Justo Arosemena, varios cursos libres de Periodismo.

La Universidad de Panamá retoma esta responsabilidad en 1961, cuando se reinician los estudios, como producto de presiones externas, provenientes del Sin-



dicato de Periodistas de Panamá. Desde 1959 el Sindicato impulsó un Proyecto de Ley ante la Asamblea Legislativa, a fin de que se crease la Escuela de Periodismo; esta iniciativa recayó, fundamentalmente en el Presidente del Sindicato, Sr. Jorge Turner. Luego de una intensa campaña de diversos sectores y de destacadas personalidades, se crea, mediante la Ley 46 del 24 de noviembre de 1959, por un acto legislativo, la Escuela de Periodismo y se le asignan los fondos para su funcionamiento, en el presupuesto de la Universidad.

Estos estudios de periodismo se ubicaron en la Facultad de Filosofía, Letras y Educación y se encargó de la dirección a Don Gil Blas Tejeira. Posteriormente, en 1965 entra en vigencia un nuevo plan de estudios, que amplió la formación a Relaciones Públicas y Periodismo mediante una Licenciatura doble. Esta nueva iniciativa estuvo alentada por el Director de entonces, Dr. Luis González. No obstante, hay que señalar que los primeros cursos de Relaciones Públicas, se ofrecieron en la Universidad de Panamá en 1963, en la Facultad de Administración Pública. Dichos cursos fueron dictados por el Prof. Alberto Quiróz Guardia a estudiantes de las carreras de Servicio Diplomático y Consular y Administración Pública.

En 1971, cuando era Director, el Profesor Indalecio Rodríguez, se propone la creación del Departamento de Ciencias de la Comunicación Social con carreras a nivel de Licenciatura en Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad, se amplía en este nuevo campo los estudios, con el fin de dar respuestas a las crecientes demandas del mercado laboral, especialmente derivadas del sector servicio. El primer proyecto de Plan de Estudios de Publicidad fue aprobado en 1970 y elaborado por una Comisión presidida por el Lic. Alberto Conte.

Ya en 1974, se inician los estudios de Radiodifusión y se crea la escuela respectiva. Los estudios de Comunicación Social continúan en la Facultad de Filosofía, Letras y Educación, hasta 1984 cuando en sesión del 13 de junio, mediante Resolución Nº 7, se crea la Facultad de Comunicación Social, por iniciativa del Rector, Dr. Ceferino Sánchez y del Prof. Hipólito Donoso, Director del Departamento. El Prof. Donoso es elegido por abrumadora mayoría, para el cargo de primer Decano de la naciente Facultad. Hay que reconocer que, la experiencia del pasado y el apoyo de todo el personal docente, administrativo y estudiantil, fueron decisivos para hacer realidad este hito en la consolidación de los estudios de Comunicación Social en Panamá.

Desde entonces, la Facultad de Comunicación Social, muestra un proceso ascendente de organización académica-administrativa y en sus proyecciones a la comunidad. En 1984 se procede a la aprobación de nuevos planes de estudios, con los cuales la Facultad, contribuye eficientemente al desarrollo de la Comunicación Social en Panamá.

De igual forma, es necesario reconocer las distintas proyecciones de la Facultad, en cuanto a Extensión Cultural, tales como: Revista Graphos, Noticiero Universitario por Televisión, Emisora F.M. Stereo Universidad, Periódico Campus, y otras actividades de tipo educativo, a través de medios informativos particulares, como el Resumen Semanal que se transmite por RPC Radio, Aquí Comunicación, que se transmite por Radio Mía y Radio Exitosa, y Presencia Universitaria que se trasmite por Canal 2 de Televisión.

**2. Planes de Estudios de la Facultad de Comunicación Social:**

Con el fin de comprender mejor la naturaleza y alcance de la práctica profesional, se presenta a continuación, una revisión general de los principales características curriculares de los Planes de Estudios vigentes en la Facultad. En este sentido se reconoce la existencia de Planes "viejos" que datan de 1971, y de Planes "nuevos" de 1984.

**2.1. Características curriculares de los planes de 1971:**

En el mes de junio de 1971, se aprueban Planes de Estudios en el entonces Departamento de Comunicación Social: se crean las Licenciaturas de Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad.

Estos Planes se hicieron efectivos como parte del conjunto de valiosas iniciativas impulsadas por el Prof. Indalecio Rodríguez, quien era Director del Departamento. Posteriormente, en 1974 se inicia la carrera de Técnico en Comunicación Radiofónica. Como características de los mismos se pueden establecer las siguientes. (Véase Anexos Nº 1, 2, 3, 4 y 5).

2.1.1. Tipos de Planes:

Para el caso de las tres Licenciaturas, los estudios se organizan mediante el sistema de asignaturas, que pertenecen al campo de las ciencias sociales en general, y de la ciencia de la Comunicación en particular. Son planes de tipo único para alumnos de jornada diurna o nocturna, con una duración de 8 semestres, 30 asignaturas y entre 151-157 créditos.

Los planes se caracterizan por ser rígidos, y poco flexibles; se aprecia, que la mayoría de las asignaturas son de carácter obligatorio y secuencial y sólo, a nivel del primer año (Estudios Generales) se contemplan dos electivas y dos optativas.

2.1.2. Organización:

Los estudios se organizan en dos etapas claramente definidas: un primer año de Estudios Generales y la subsiguiente de tres años de la especialidad. De acuerdo con lo establecido, el estudiante debe aprobar los Estudios Generales

en su totalidad, para luego emprender la carrera propiamente dicha. En la práctica, se comprueba, que esto no se cumple a cabalidad y por el contrario, se observa la falta de cumplimiento de la secuencia del plan de estudios, por parte de grandes grupos de alumnos, lo que afecta su rendimiento.

En las materias de especialidad se establece un grupo de asignaturas consideradas comunes para todos los estudiantes independientemente de la carrera que cursen. Se trata de un total de siete asignaturas consideradas básicas, para brindar un marco de referencia global acerca del fenómeno de la comunicación en general, sus conceptos, teorías, historia y sobre los aspectos jurídicos y éticos, propios en un profesional del campo.

Estas asignaturas se brindan en el segundo año y son las siguientes:

- Teoría de la Comunicación.
- Historia de la Comunicación.
- Introducción a la Comunicación.
- Técnica del Lenguaje de la Comunicación.
- Sociología de la Comunicación.
- Estudios Jurídicos de la Comunicación.
- Ética de la Comunicación.

El resto de las asignaturas apoyan el aprendizaje de asuntos más directamente relacionados con las carreras; más adelante, el análisis de las líneas curriculares permite ampliar el conocimiento al respecto.

La carrera de Técnico en Comunicación Radiofónica, se organiza en base a seis semestres con un régimen mixto: el primer año diurno y el segundo nocturno; con un total de 20 asignaturas y 88 créditos. El primer año incluye un conjunto de nueve asignaturas, que se toman del Plan de Estudios Generales; el segundo año, incluye dos de las asignaturas básicas y comunes (Teoría de la Comunicación y Técnica del Lenguaje), una cultural (Geografía de Panamá) y

el resto, corresponde a la especialidad radiofónica.

2.1.3. Elementos Curriculares:

En cuanto a elementos curriculares, (Véase Cuadro Nº. 1, en la página 79), los planes contienen los siguientes: generalidades, objetivos generales, distribución de las materias según año de estudio, horas de estudio y créditos. Se incluye, una breve descripción de los cursos de cada carrera.

Las "generalidades" consisten en presentaciones o descripciones sucintas acerca de las finalidades de cada carrera. Así, se plantea por ejemplo, en Periodismo "Preparar profesionales para la recolección y difusión de noticias y comentarios por medio de la prensa, radio, televisión, cine, etc." En Publicidad se indica que: "el publicista es el profesional del área de la comunicación, cuya tarea consiste en transmitir o hacer pública la existencia de ideas, opiniones, valores, bienes o servicios indispensables". En el caso de Relacio-



CUADRO Nº 1

ELEMENTOS CURRICULARES DE LOS PLANES DE ESTUDIOS DE LAS CARRERAS  
FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL, 1971 - 1984

Carreras Elementos	Lic. en Periodismo		Relaciones Públicas		Lic. en Publicidad		Técnico Comunicador Radiofónico	
	1971	1984	1971	1984	1971	1984	1971	1984
Fundamentación								
Definición de Perfil.		X		X		X		X
Objetivos								
a) Generales	X	X	X	X	X	X	X	X
b) Específicos								
Descripción de las estructuras.	X	X	X	X	X	X	X	X
Descripción de las asignaturas.	X	X	X	X	X	X	X	X
Lineamientos metodológicos y de evaluación.								

Fuente: Planes de Estudios.

nes Públicas, se indica que este profesional "debiera establecer contacto con la opinión pública de una comunidad y servir de vehículo de los problemas de la misma manera que apoye el mensaje de la información objetiva y positiva". Las anteriores descripciones, han merecido críticas de parte del personal de la misma Facultad, por cuanto, no alcanzan aclarar la naturaleza y fines de la formación de comunicadores; aparecen limitando la esfera del trabajo e insisten en tareas muy específicas que este profesional cumple, en detrimento de la visión, más universal, que debe poseer todo universitario.

2.1.4. Consideración de las fuentes curriculares:

La falta de precisión en el planteamiento de objetivos generales de la carrera, unido a la falta de otros elementos como fundamentación, objetivos específicos y de perfiles de formación, limita la consideración cabal de las fuentes curriculares.

Los enunciados anteriores dejan ver el interés por la adquisición en el alumno, de algunas habilidades y técnicas propias de cada carrera. En este sentido, podría pensarse en que se toma como fuente, el mercado laboral. No obstante, lo limitado de las concepciones, que se indican en este sentido, dejan ver grandes insuficiencias, lo que explicaría la falta de una reflexión teórica, conceptual que sustente el plan y por la falta de un adecuado estudio de la demanda. Al respecto, en el caso de la carrera de Periodismo, se señala que:

Se insiste en una formación que parecería reducirse a la transmisión de conocimientos, en torno al aprendizaje del trabajo de reportero (búsqueda de la información en torno a ciertos hechos noticiosos) más que a la interpretación de los mismos" (1).

---

(1) DEL ROSARIO, Agustín. Formación Integral del Periodista y su Responsabilidad como Comunicador Social. Panamá: mimeo. Imprenta de la Facultad de Comunicación Social. 1985. pág. 2.

Con relación a lo anterior, se denota la falta de consideración más precisa y explícita de factores como: el resultado último buscado, el contexto social, político, económico, cultural, en el cual se ubica el alumno, la institución y sus finalidades y las características propias del alumno. En este último sentido, es preocupante el tipo de práctica social inferida de tales objetivos generales, ya que la misma parece estar centrada en un marco muy limitado, tanto desde el punto de vista genérico de la comunicación en el contexto social, como de los procesos técnicos que ésta conlleva.

De igual forma, se nos revela, que los planes descuidan el fomento de aprendizaje cónsonos con la institución superior universitaria, en la cual se ubican: así, por ejemplo, se descuida el planteo explícito de hábitos y actitudes para la investigación y el compromiso del universitario en la transformación del entorno social.

Estas carencias en cuanto a fundamentos, afectan la concepción y estructura misma de la formación que, falta de una adecuada sustentación de objetivos y perfiles, aparece fragmentada y debilitada, tanto desde el punto de vista teórico, como de su aplicación práctica.

Para complementar la información, los planes contienen otras orientaciones, acerca de requisitos de ingreso, requisitos para obtener el título y algunas breves referencias a campo ocupacional. En este último sentido, se reitera, que estas observaciones no son producto de un estudio de mercado y de necesidades sociales, lo cual podría afectar la necesaria correspondencia entre la oferta y la demanda.

De lo anteriormente expuesto, se deduce que hay faltante de importantes elementos curriculares, en los mencionados planes tales como: perfiles de egresados, objetivos específicos, orientaciones metodológicas y de evaluación; obviamente estas carencias limitan la práctica

del mismo y afectan, por ende, la formación ofrecida.

2.1.5. Líneas curriculares:

Aún cuando el documento no lo hace explícito, para efectos de este trabajo se procedió a agrupar las asignaturas en función de líneas curriculares, con el fin de comprender mejor la naturaleza de la formación. De dicho análisis se perciben los siguientes rasgos característicos.

En primer lugar, (Véase Cuadro Nº 2, en la página 85), se advierte que el mayor peso en créditos recae sobre la línea de asignaturas de cultura general, la que ocupa el 50.3%, en la carrera de Periodismo, el 48.4% en Publicidad, el 46.3% en la de Relaciones Públicas, y el 71.5% en la carrera de Comunicador Radiofónico.

Se aprecia el desbalance en la estructura curricular que es el resultado, en primer lugar, de la inadecuada concepción y organización de los Estudios Generales. De acuerdo a orientaciones de la Facultad

CUADRO Nº 2

CANTIDAD DE CREDITOS, SEGUN LINEAS CURRICULARES,  
EN LOS PLANES DE ESTUDIOS DE LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL. 1971 - 1974.

Planes de Estudio Créditos	T O T A L	L I N E A S C U R R I C U L A R E S							
		CULTURA GENERAL		CIENCIAS SO- CIALES BASICAS		BASICAS DE ESPECIALIDAD		AVANZADAS DE ESPECIALIDAD	
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Licenciatura en Periodismo	151	76	50.3	14	9.2	42	27.8	19	12.5
Licenciatura en Relaciones Públicas	151	70	46.3	24	15.8	42	27.8	15	10
Licenciatura en Publicidad	157	76	48.4	16	10	38	24.2	27	17.1
Técnico . Comunicadór. Radiofónico	88	63	71.5	3	3.4	17	19.3	5	5.6

Fuente: Planes de Estudios 1971 - 1974.

de Humanidades, tales estudios se ubican en el primer año de la carrera, y se establecieron como el medio para ofrecer al alumno una sólida formación integral y cultural. Tal como señalara el Dr. Diego Domínguez Caballero (1972), en el documento que sustentó esta propuesta curricular, se trata de contribuir a formar hombres cultos, en oposición a la tendencia profesionalizante. Sin embargo, luego de dieciséis años de aplicación continua de la misma, se reconoce la necesidad de una transformación de tales Estudios Generales, tanto desde el punto de vista conceptual como organizativo, a fin de que éstos cumplan sus propósitos esenciales.

Con el fin de lograr la reestructuración de los Estudios Generales, la Facultad de Humanidades (\*) ha realizado diversos estudios (1984 y 1987) que ponen de relieve la necesidad de una nueva y más acorde propuesta curricular diri-

---

(\*) Véase el documento Segundo Informe del Trabajo de Reestructuración del Plan de Estudios Generales. Facultad de Humanidades. Julio, 1987.



gida a superar problemas como: falta de acercamiento a la realidad actual, atomización y fragmentación de asignaturas, énfasis en lo histórico y lo relativo al lenguaje, la falta de acercamiento a la subsiguiente especialidad y otras críticas. En tal sentido, se reconoce en amplios sectores, especialmente los estudiantiles, la falta de efectividad de este primer año de Estudios Generales para la formación de los Comunicadores Sociales.

En todas las carreras, los créditos correspondientes a asignaturas de la línea de Básicas de la Especialidad, ocupan el segundo lugar en cuanto a énfasis en la formación; los porcentajes son: 27% en Periodismo y Relaciones Públicas, 24% en Publicidad y es menor aún en Radiodifusión, cuando apenas alcanza a representar el 19.3%.

Lo anterior denota serias debilidades en la formación, porque esta área debe ocupar la mayor atención, ya que en ella se integra aquel conjunto de mate-

rias del quehacer técnico, científico y humanístico de la carrera escogida.

Por su parte, la línea curricular de Ciencias Sociales Básicas ocupan el 9.2% en Periodismo, un 15.8% en Relaciones Públicas, 10% en Publicidad y 3.4% en Radiodifusión. De esa manera se observa que la formación ofrecida se muestra limitada para ofrecer al alumno la oportunidad de aplicar, analizar, evaluar, etc., los fenómenos de la comunicación, desde una perspectiva amplia e interdisciplinaria en consonancia con los requerimientos de la comunicación.

En cuanto a la línea curricular de Materias Avanzadas de la Especialidad, éstos ocupan un 12% en Periodismo, 10% en Relaciones Públicas y Radiodifusión, un 17% en Publicidad y 5% en Radiodifusión.

Se aprecian grandes inconsistencias en la formación que se ofrece; relacionado con lo anterior, se plantea las profundas críticas hechas a los egresa-

dos en términos de la falta de capacidad para enfrentar, con éxito, los requerimientos de la profesión. A su vez, se cuestiona la falta de formación en otro tipo de habilidades, actitudes y hábitos, que son deseables en un egresado universitario: investigación, creación, lectura, espíritu crítico, etc.

2.1.6. Integración, secuencia y continuidad:

Uno de los aspectos que presenta mayor dificultad es el de la integración, principio de organización que es necesario para garantizar el aprendizaje con significado; en estos planes. La integración, entre asignaturas de un mismo año de estudio, se aprecia con claridad en el II año de las tres licenciaturas entre las siguientes: Teoría de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Introducción a la Comunicación, Sociología de la Comunicación y Técnica del Lenguaje de la Comunicación. A partir de III año la integración de asignaturas se hace menos explícita;

se plantean cursos que guardan poca relación, entre sí, situación que lleva a la falta de coherencia curricular. Hay que reconocer, que se plantean relaciones de integración a lo interno de contenidos de las asignaturas que tienen dos partes (a b); pero, la falta de programas de asignaturas debidamente elaborados, con los elementos curriculares que son necesarios, limita la posibilidad de una mejor integración en estos casos.

El respeto al principio de secuencia horizontal en general, se mantiene, en la mayoría de las asignaturas, en tanto se organizan como cursos de dos partes, una cada semestre. Algunas asignaturas que sólo tienen parte a o b, que responden a diferentes nombres, guardan relaciones a lo interno, situación que contribuye a garantizar tal secuencia. Por ejemplo, en todas las licenciaturas, la asignatura Estudios Jurídicos de la Comunicación (CS250) y Etica de la Comunicación (CS260),

que se dictan en el primer y segundo semestre respectivamente. De igual forma; en Comunicación Radiofónica, las asignaturas Música (100 b) y Folklore Panameño (Hist. 150 a). No obstante, en esta última carrera, se aprecian mayores dificultades en cuanto a secuencia; por ejemplo: Teoría de la Comunicación, Actuación Radiofónica y Técnica de Radio, que no parecen guardar secuencia con otros cursos.

La secuencia y continuidad entre asignaturas presenta notables dificultades en los planes. Estos principios se observan de manera explícita, entre algunas de las asignaturas, que representan un escaso esfuerzo en cada carrera. Ejemplo:

**- Licenciatura en Periodismo:**

- . Técnica de la Información I de III año, con respecto a Técnica de la Información II de IV año.
- . Opinión Pública de III año con respecto a Periodismo de Opinión de IV año.
- . Redacción Periodística de III año con respecto a Radioperiodismo de IV año.

- **Licenciatura en Relaciones Públicas:**

- . Técnica de Organización de las Relaciones Públicas I, de III año con respecto a Técnica de Organización de Relaciones Públicas II de IV año.
- . Opinión Pública de III año con respecto a Periodismo de Opinión de IV año.

- **Licenciatura en Publicidad:**

- . Relaciones Profesionales I de III año con respecto a Relaciones Profesionales II de IV año.
- . Dibujo Publicitario de III año con respecto a Creatividad Publicitaria de IV año.

Es importante anotar, la falta de continuidad en distintos cursos, en los diferentes planes de estudio; es curioso ver cómo al diseñar éstos, se procedió a ubicar algunas asignaturas, sin ningún control al respecto. Veamos algunos ejemplos representativos: las asignaturas de Estudios Jurídicos de la Comunicación y Etica de la Comunicación apa-

recen al comienzo de la carrera, cuando aún el estudiante carece de la comprensión cabal del objeto de estudio y trabajo profesional. De igual forma, se cuestiona que en Periodismo un curso de Estructura Gubernamental, se dicte al final de la carrera; el curso de Fotografía se dicta después de Técnicas de Publicidad y Propaganda, cuando ésta es básica para el desarrollo de las técnicas aludidas.

Se observan dificultades en continuidad cuando por ejemplo, en Publicidad coexisten en el mismo año y semestre asignaturas como Investigación y Problemas Publicitarios e Investigación de Mercados, ambas asignaturas relacionadas entre sí, pero que guardan niveles diferentes de complejidad. En otro caso, en Relaciones Públicas, se aprecia el mismo fenómeno entre Técnica de Publicidad y Propaganda y Técnica de la Información, ésta última, básica para entender la primera.

Este tipo de problemas afecta, en gran medida, la calidad de los aprendizajes, problema que se agrava cuando se reconoce, en todas las instancias, la falta de una adecuada coordinación, entre docentes que dictan tales cursos y la falta de Programas Curriculares Oficiales, que establecieran y delimitaran los objetivos, contenidos, metodologías y recursos de cada asignatura.

## **2.2. Características Curriculares de los Planes de Estudios de 1984.**

Después de transcurridos trece años, desde que se dio comienzo a los planes anteriores, la actual Facultad de Comunicación Social, se dedicó a la tarea de una profunda reforma académica, que dio por resultado la aprobación de nuevos planes de estudios. Estos planes fueron aprobados en sesión de la Junta de Facultad del 19 de noviembre de 1984 y con ello se inició una nueva etapa en el desarrollo académico de la institución. Estos planes fueron diseñados por una Comisión de Diseño Curricular, conformada por docentes de la Facultad, y se contó con la asesoría y



apoyo en curriculum, en diferentes momentos de su elaboración. El proceso de diseño fue revestido de una amplia consulta con los diferentes sectores involucrados, especialmente docentes y estudiantes; contó, además, a niveles de Consejo Académico, con el impulso que ofrecía la aprobación del Plan de Desarrollo Universitario 1984-1987.

Los planes vigentes han merecido una profusa divulgación mediante diferentes formas: panfletos, periódicos, murales, etc., para el conocimiento general.

El estudio de los planes permite concluir que, los mismos superan en su organización curricular a los anteriores; muestran un significativo avance en cuanto a definición de objetivos, perfiles de egresados, líneas curriculares, integración de asignaturas por secuencia y continuidad y así, como también, en la relación teoría y práctica. Sus características más relevantes son las siguientes. (Véase Anexos N<sup>os</sup>. 6, 7, 8 y 9).

2.2.1. Tipos de Planes:

En cuanto al número de asignaturas, éstas se cuentan así: 33 en Periodismo, 35 en Publicidad y 36 en Relaciones Públicas; la carrera de Comunicador Radiofónico contiene 22 asignaturas.

En concordancia con la dedicación horaria se exigen 169 créditos para la Licenciatura de Periodismo, 172 para la Licenciatura en Publicidad, 178 para la Licenciatura en Relaciones Públicas y 105 para la carrera técnica de Comunicador Radiofónico.

Los planes aparecen organizados en forma secuencial y se indican los pre-requisitos de cada curso, para asegurar el cumplimiento estricto del orden establecido.

En general, son planes rígidos, y se hace un intento de flexibilizarlos, después de primer año, en Periodismo y Publicidad, mediante la existencia de dos asignaturas optativas; además se incluyen dos a tres seminarios de carácter obligatorio, pero se ofrecen

varias alternativas de elección de los mismos.

Se han organizado dos opciones, una para estudiantes diurnos y otra, para nocturnos; la diferencia fundamental consiste en que para éstos últimos se aumenta un año de estudios. No obstante los sistemas de ingreso, la distribución del horario, los créditos, etc., son similares para ambos turnos.

#### 2.2.2. Organización:

Estos nuevos planes de estudio permiten al alumno ingresar directamente a las carreras, en oposición a los anteriores, que establecían un primer año de Estudios Generales.

En los mismos, se establece un conjunto de asignaturas comunes a las cuatro carreras, con el propósito de mantener un tronco común de formación. Estas asignaturas se distribuyen en distintos años según carreras y son las siguientes:

- Introducción a la Comunicación.
- Lenguaje de la Comunicación.
- Sociología de la Comunicación.
- Opinión Pública.

De igual forma, se consignan asignaturas de tipo cultural, pero distribuidas a lo largo de los años de estudio, al igual que el resto de las asignaturas que se ubican en las diferentes líneas curriculares.

#### 2.2.3. Elementos curriculares:

En cuanto a elementos curriculares, (Véase Cuadro Nº 1, en la página 79), los planes contienen lo siguiente: Perfil de Egresado, Objetivos Generales, Descripción de la Estructura y Descripción de las Asignaturas. De esa manera, carecen al igual que los anteriores, de una formulación explícita de los fundamentos, de objetivos específicos, de lineamientos metodológicos y de evaluación.

#### 2.2.4. Consideración de las fuentes curriculares

Del análisis de los perfiles, objetivos y descripción de cursos, fundamental-

mente, se puede inferir la consideración de las fuentes curriculares que sustentan cada plan.

Como se indicó, estos planes carecen de una fundamentación explícita, lo que dificulta estas consideraciones. Sin embargo, puede apreciarse en la referencia explícita de los perfiles y objetivos, que el futuro egresado debe contar con una formación integral (científica, humanística y tecnológica) que le capacite para comprender y desenvolverse en el medio socio-político y económico del país. Se advierte, además, un creciente interés por la incorporación de las actividades de investigación, una de las finalidades principales de la institución superior, lo que queda explícito en los perfiles, objetivos y con asignaturas que se trata de cultivar en el estudiante, las capacidades, actitudes y técnicas para este importante quehacer.

Es evidente, que la formación de profesionales en cada campo de la comunicación, en atención a la especialidad, mereció especial consideración en estos nuevos planes, con lo cual se supera las anteriores propuestas que mostraban una tendencia generalizante. Así, se incluyen diferentes asignaturas destinadas a que el alumno logre los conocimientos, habilidades, técnicas que son propias de la profesión. Todo lo anterior como resultado de la experiencia acumulada por la Facultad, ya que no se realizó un estudio de demanda y oferta para la definición de estas carreras, situación que afecta naturalmente, la búsqueda de una mejor calidad del producto curricular.

Cada uno de los planes de estudios contienen un Perfil de Egresado, que trata de definir, con mayor precisión, el tipo de aprendizaje que se exigiría a los estudiantes, luego de cursar los estudios; sin embargo, hay diferencias en el grado de definición de tales

habilidades, destrezas, actitudes. Así, por ejemplo, los perfiles de Periodismo y Publicidad son bastante genéricos, mientras que para Relaciones Públicas y Radiodifusión, éstos se presentan más analíticos. Sin embargo, a pesar de las diferencias de forma y contenido, se advierte, como rasgo común, la preocupación por distintos aspectos: comprensión de la realidad del país y el mundo, fomento de la investigación, fomento del espíritu crítico, cultivo del sentido ético y de responsabilidad como comunicador, y la adquisición de habilidades y técnicas correspondientes a la especialidad; todo ello en concordancia con los objetivos de la Facultad de Comunicación Social.

Estas propuestas de Perfiles guardan una adecuada relación con los Objetivos Generales que se proponen para cada carrera.

2.2.5. Líneas Curriculares:

Los planes aparecen organizados según líneas curriculares denominadas así: cultural, de apoyo y de especialidad. Para los fines de este trabajo, y en concordancia con el modelo de análisis adoptado, procederemos a la revisión de las líneas curriculares a fin de comprender mejor la organización y estructura de los planes en estudio. (Véase Cuadro Nº 3, en la página 103).

En este sentido, se advierte que las asignaturas de cultura general ocupan la mayor parte del pensum de estudios; se mantiene así, la tendencia que prevalecía en los planes de 1971. Esta carga en créditos se hace más significativa en Periodismo (44.9%) y en la carrera de Técnico Comunicador Radiofónico (45.7%) mientras que en Relaciones Públicas y Publicidad hay una ligera diferencia (39.2% y 40.6%, respectivamente), pero se mantiene también en un elevado margen de importancia. No obstante, hay que distinguir que estos cursos de cultura



CUADRO Nº 3

CANTIDAD DE CREDITOS, SEGUN LINEAS CURRICULARES,  
EN LOS PLANES DE ESTUDIOS DE LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL. 1984.

Planes de Estudio	Créditos	T O T A L	L I N E A S C U R R I C U L A R E S							
			CULTURA GENERAL		CIENCIAS SOCIALES BASICAS		BASICAS DE ESPECIALIDAD		AVANZADAS DE ESPECIALIDAD	
			Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Licenciatura en Periodismo	169	76	44.9	18	10.6	30	17.7	45	26.6	
Licenciatura en Relaciones Públicas	178	70	39.2	36	20.2	57	32	15	8.4	
Licenciatura en Publicidad	172	70	40.6	18	10.4	78	45	6	3.4	
Técnico Comunicador Radiofónico	105	48	45.7	18	17.1	21	20	18	17.1	

Fuente: Planes de Estudios 1984.

general incluyen asignaturas que le brindan al estudiante, la oportunidad de adquirir conocimientos generales sobre su campo profesional tales como Introducción a la Comunicación, Lengua-je de la Comunicación, Introducción al Periodismo, Introducción al Estudio de la Radio, Principios de Publicidad, etc., de esa forma, son estudios genera-les con una concepción nueva, más amplia y que apoyan realmente la adquisición de nuevos aprendizajes en el campo.

Las asignaturas de Ciencias Sociales Básicas mantienen criterios también diversos en importancia: en Periodismo y Publicidad ocupan el 10%, mientras que en Relaciones Públicas este porcenta-je se eleva a 20.2% y en Radio represen-tan el 17.1%. Se aprecia, en este senti-do, la falta de incorporación de una visión interdisciplinaria para la compren-sión del fenómeno comunicacional, tenden-cia que también se observó en los planes anteriores. Las ciencias sociales se incorporan en casi todas las carreras,

mediante conocimientos de psicología, ética, filosofía y sociología. Vale advertir la necesidad de reforzar esta línea curricular, sobre todo si atendemos a la naturaleza misma del objeto de estudio: la comunicación social, es producto y proceso del medio histórico, político, económico, etc., ya que el futuro egresado demanda una mejor instrumentación para comprender este fenómeno, a través de una visión más interdisciplinaria, en concordancia con el avance de las ciencias y de la realidad.

La línea curricular de Materias Básicas de la Especialidad, también muestran criterios diversos, en cuanto a importancia. En Periodismo ocupa el 17.7%, en Relaciones Públicas 32%, en Publicidad 45% y en Radiodifusión 20%. Para el caso de Periodismo, se aprecia una disminución de la carga horaria con relación al plan anterior, ya que ésta aparece disminuida en un 10%, situación que debilita la formación. Se observa, en cambio, un incremento de 5% en cuanto

a Relaciones Públicas y de 21% en Publicidad; en cuanto a Radiodifusión, el porcentaje de importancia es casi igual, de un 20%, situación que podría afectar la formación de Técnico que tiene esta carrera; en cambio, podría observarse el énfasis en las materias de cultura general (45.7%).

La línea curricular de Materias Avanzadas de la Especialidad, también muestra significativas diferencias e importancia en cada carrera. La misma ocupa el 26% en Periodismo, el 8.4% en Relaciones Públicas, 34% en Publicidad y 17.1% en Radiodifusión. De esta manera puede concluirse que el mayor énfasis de la formación se hace en la línea curricular de cultura general y de básicas de especialidad (a excepción de Periodismo) con lo que, se reitera el modelo formativo de los planes anteriores.

Una evaluación más detallada y analítica de los programas de asignaturas, permitirá comprobar, no obstante que, en estos nuevos planes se hace un mayor esfuerzo

por mejorar la calidad de lo que se ofrece; se ha procedido a definir objetivos, contenidos, actividades, recursos y evaluación, como forma de avanzar hacia un mejor resultado educativo.

Este proceso de evaluación del producto curricular de los nuevos planes de estudios es una tarea pendiente para los responsables de la labor académica en la Facultad de Comunicación Social.

2.2.6. Integración, secuencia y continuidad:

Los nuevos planes muestran un esfuerzo por garantizar el respeto a estos principios de organización curricular. En cuanto a integración, se presentan asignaturas articuladas en cursos de dos partes a - b, bajo una denominación igual, además, a lo interno de los programas de asignaturas, se advierten las interrelaciones entre los elementos que los componen. Existen otras materias, que si bien, reciben diferentes denominaciones, su contenido se articula a lo interno; por ejemplo:

En la carrera de Relaciones Públicas:

- Administración de Empresas y Administración Pública.
- Relaciones Públicas en la Empresa Estatal y Relaciones Públicas en la Empresa Privada.

En la carrera de Comunicador Radiofónico:

- Producción y Dirección de Programas Radiales y Radio Educativa.
- Elocución y Actuación Radiofónica y Fonoaudiología.

En cuanto a la carrera de Publicidad, las asignaturas de Análisis Publicitario y Campañas se encuentran integradas a lo interno. Para procurar una mayor integración, estos planes se presentan mediante una organización por áreas de formación con sus respectivos propósitos, a través de los cuales se integran las diferentes asignaturas.

Es conveniente reconocer el esfuerzo que esto significa, como medio para dar mayor integración y coherencia a las asignaturas dentro del plan. Cada

una de estas áreas de formación corresponden a sectores del conocimiento y de la práctica social, dentro de las carreras.

Los planes nuevos muestran con mayor claridad la continuidad y secuencia requeridas. Ello se advierte en la mayoría de las asignaturas, por ejemplo:

Licenciatura en Periodismo:

- Introducción a la Lógica y Método Científico de I año, Metodología de la Investigación de II año y Trabajo de Grado de IV año.
- Lenguaje de la Comunicación de I año y Técnica de la Información I y II.
- Inglés General de I año e Inglés Especial de II año.

Licenciatura en Relaciones Públicas:

- Lenguaje de la Comunicación de I año y Redacción para Relaciones Públicas, II año.
- Administración de Empresas, Administración Pública de II año y Relaciones Públicas en la Empresa Estatal y Relaciones Públicas en la Empresa Privada de III año.

- Técnica de Investigación para Relaciones Públicas de II año y Trabajo de Graduación de IV año.

Licenciatura en Publicidad:

- Principios de Economía en I año y Economía Política de II año.
- Redacción Publicitaria de II año y Producción Publicitaria de III año.

Técnico Comunicador Radiofónico:

- Apreciación Musical de I año y Folklore Nacional de II año.
- Radioperiodismo de II año y Producción y Dirección de Programas Radiales de III año.

El análisis de conjunto de los planes, permite advertir que hace falta un mejor criterio de secuencia y continuidad con respecto a algunas asignaturas comunes: Teoría de la Comunicación que aparece en II año en Periodismo, se dicta en III año en Relaciones Públicas y en Publicidad no se incluye Opinión Pública se dicta en III año en Periodismo y Publicidad y en IV en Relaciones Públicas.



En ese mismo sentido, no están definidos, adecuadamente algunos pre-requisitos de materias. Por ejemplo, si se toma la asignatura Opinión Pública, ésta tiene diferentes pre-requisitos, según la carrera. Veamos:

- Relaciones Públicas exige como pre-requisito Técnica de Investigación y Sociología de la Comunicación.
- Periodismo exige como pre-requisito Metodología de la Investigación y Psicología Social.
- Publicidad exige como pre-requisito Estadística y Psicología Publicitaria.

No obstante, se advierte que existen algunas materias aisladas; por ejemplo, en Relaciones Públicas: Principio de Economía, en Periodismo: Literatura Universal, Francés o Relaciones Humanas, en Publicidad: Historia del Arte, Teatro.

### **2.3. Relación Teoría - Práctica en los Planes de Estudios:**

Las concepciones acerca de la importancia que se concede a la relación teoría - práctica en los Planes de Estudios, pueden ser apreciadas, a través del análisis de sus diferentes elementos curriculares: en los perfiles, objetivos, en la organización de las asignaturas y su valoración en términos de horas - créditos.

Con respecto a los Planes de Estudios de 1971 esta relación Teoría-Práctica no está explícita; sólo en las finalidades y en los objetivos se plantea, de forma imprecisa, que existirá tal vinculación, cuando se propone formar profesionales "con capacidad para laborar en el medio". Sin embargo, el análisis de la distribución horas - crédito no incluye la determinación de actividades de práctica, y se plantea, en consecuencia, un 100% de teoría. Lo anterior denota una profunda limitación en los Planes, lo que muestra la falta de atención a este importante y básico aspecto, en la formación integral del alumno. (No se descarta que en la práctica se realizan actividades prácticas).

En cuanto a la situación de los nuevos Planes de Estudios, se reconoce un significativo avance en la determinación teoría-práctica. Se han organizado de tal forma, que especifican con claridad, horas de carácter teórico y práctico; las prácticas incluyen a su vez, práctica en el aula y práctica de laboratorio, debidamente establecidos y ponderados a nivel créditos. En cada carrera está definido el total de horas teóricas y prácticas, tal como se aprecia en los siguientes porcentajes:

	Teoría	Práctica
Lic. en Periodismo	63.2%	36.7%
Lic. en Relaciones Públicas	55%	45%
Lic. en Publicidad	63.16%	36%
Técnico Comunicador	50%	50%

#### Radiofónico

De esa manera se advierte que existen diferencias entre carreras; mientras que en Periodismo y Publicidad, la práctica ocupa el 36% de la formación, ésta aumenta en Relaciones Públicas a un 45% y en el caso de la carrera técnica de Comunicador Radiofónico, es equivalente al porcentaje de créditos dedicados a la formación teórica.

A lo interno de los años de estudio, existen diferencias significativas entre carreras; en primer año, las horas de práctica representa el 32% de la formación en Periodismo, el 25% en Relaciones Públicas y no tienen ninguna expresión en Publicidad, en donde la teoría ocupa el 100% del total; en segundo año, se muestra en todas las carreras un incremento en las horas de práctica que alcanzan entre 41 y 44% entre carreras; en el tercer año, se mantiene un 41% en Periodismo y se observa una disminución en el caso de Relaciones Públicas y Publicidad. Pero la situación es muy diferenciada en el último año, en donde las horas de práctica disminuyen en un 10% para Periodismo, aumentan en 30% en Relaciones Públicas y 17% en Publicidad. (Véase Cuadro Nº 4, en la página 115).

Lo anterior pone de relieve varios aspectos: que la distribución de horas de teoría y práctica, no mantuvo un criterio orientador común para las tres carreras de licenciatura y que no se estableció una relación progresiva, de tal forma que a medida que se avanza en los estudios, la práctica ocupe un mayor espacio.

CUADRO Nº 4

DISTRIBUCION DE HORAS TEORICAS Y PRACTICAS EN LOS PLANES DE ESTUDIO  
DE LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL - 1984. SEGUN AÑOS DE ESTUDIOS Y EN TOTAL.  
EN PORCENTAJES

CARRERAS	T O T A L		I A Ñ O		II A Ñ O		III A Ñ O		IV A Ñ O	
	Teoría	Práctica	Teoría	Práctica	Teoría	Práctica	Teoría	Práctica	Teoría	Práctica
Licenciatura en Periodismo	63.2	36.7	68	32	58.5	41.5	58.5	41.5	68.3	31.4
Licenciatura en Relaciones Públicas	55	45	75	25	58.6	41.3	61	39	31	69
Licenciatura en Publicidad	63.1	36.8	100	-	55.5	44.4	61.4	38.6	44.6	55.3
Técnico Comunicador Radiofónico	50	50	56.5	43.5	46.1	53.8	47.6	52.3	-	-

Fuente: Planes de Estudios 1984.

El replanteamiento de la distribución de horas de teoría y práctica, debe incluir la necesidad de integrar las distintas horas de práctica, especialmente los que corresponden a materias básicas y avanzadas de especialidad a fin de que los esfuerzos de aplicación se orienten de manera integral.

La aplicación de los conocimientos, es el momento oportuno para la integración de los variados aprendizajes; por lo tanto, para corregir la fragmentación que se prevé en los planes, se deben buscar los mecanismos operativos de integración interdisciplinaria, entre docentes, acerca del tipo de actividades prácticas que van a recibir.

**3. El planeamiento de la Práctica Profesional**  
**en la Facultad de Comunicación Social:**

A fin de comprender la naturaleza y propósitos de la Práctica Profesional en la formación de comunicadores sociales, se presenta un análisis de los diferentes factores y planos en que ésta se manifiesta: planeamiento, puesta en marcha y evaluación de la tarea por parte de los responsables administrativos y académicos de la Facultad. Lo anterior, estará fundamentalmente referido a la situación de los planes de 1971 y su consecuente puesta en marcha. No se analiza la puesta en marcha de la práctica profesional como parte de los planes nuevos de 1984, por cuanto todavía no se alcanza implementar.

**3.1. Antecedentes:**

La práctica profesional aparece por primera vez como componente formativo en los planes de estudios de 1971. Anteriormente, los planes de 1943, 1961 y 1965 no consignaban este aspecto; lo anterior puede atribuirse a la falta de criterios curriculares a nivel de la Universidad que regularan este aspecto. Esto es posible de aceptar, si se revisan los planes de estudios del conjunto de la Universidad, donde aún hoy

se aprecia diversidad de situaciones al respecto: por ejemplo: carreras que no contemplan práctica profesional (sólo la tiene el 31% de las carreras, según el diagnóstico del Plan de Desarrollo Universitario vigente y en general, existen opciones diferentes, desde uno o dos semestres, no se tiene criterios uniformes de su valor en números de horas créditos).

En consecuencia, la Facultad de Comunicación Social, no es ajena a esta situación, que en esencia, parece reflejar una falta de comprensión de la necesaria interrelación teoría-práctica en la formación profesional por parte de toda nuestra institución.

En ese mismo orden, la falta de práctica profesional, en tales planes anteriores a 1971, podría atribuirse, tal como señalara en entrevista el Dr. Luis González, al hecho de que, la gran mayoría de los alumnos del entonces Departamento de Comunicación Social, eran trabajadores en ejercicio y tal vez, no se estimaba, como necesario, la práctica. Además, señala el Dr. González, los pocos estudiantes de la carrera acudían, voluntariamente a los medios, con el fin de aplicar sus conocimientos y eran apoyados, volun-



tariamente, por sus profesores. Sin embargo, todo dependía de decisiones personales, y la práctica profesional, no era parte consustancial al curriculum de formación.

Posteriormente, en 1971, al aprobarse los planes, aumenta la matrícula y se incorpora la práctica profesional al quehacer académico como una asignatura más del plan de estudios.

### **3.2. La Práctica Profesional en los Planes de Estudios.**

A continuación se presentan las características de la práctica profesional en los planes de estudios de 1971 y de 1984, vigentes hasta el presente.

#### **3.2.1. Características de la práctica profesional en los planes de estudios de 1971.**

En los planes de estudios de Licenciatura en Periodismo y Relaciones Públicas, la práctica profesional se ubica como parte del pensum y ocupa tres horas - crédito de tipo teóricas, (especificación contraria a la naturaleza de la propia asignatura) otorga, en consecuencia, tres créditos anuales y se ubica en el primer semestre del último año.

En la Licenciatura en Publicidad, la Práctica Profesional no se consigna en el documento oficial; no obstante, ésta se realiza en condiciones similares a los anteriores. La carrera de Técnico Comunicador Radiofónico comprende tres horas - créditos de tipo teóricos, 3 créditos anuales y se ofrece en el II Semestre del último año.

Tal como ya se indicó en oportunidades anteriores, estos planes adolecen de una adecuada consideración de la necesaria interrelación teoría - práctica, por lo que, es de esperar que la propia asignatura de Práctica Profesional se presenta con estas características: limitada en tiempo, en importancia, e incluso con una asignación horaria como de teoría.

Si se atiende a las descripciones que se hacen de esta asignatura, tenemos las siguientes:

Para Periodismo se establece que:

"El estudiante debe cumplir un período mínimo de dos meses en un medio informativo y en un servicio de noticias trabajando en faenas periodísticas. Su trabajo será supervisado por un profesor, con quien deberá discutir sus experiencias" (1).

En el caso de Relaciones Públicas, se lee:

"Los estudiantes deben prestar servicios profesionales en una dependencia de Relaciones Públicas o Privadas durante un período de dos meses como mínimo, bajo la supervisión de un docente" (2).

En cuanto a Radiodifusión se indica que:

"Este curso brinda la oportunidad de experimentar la metodología de trabajo, los procedimientos y la organización de algunas de las estaciones de radio" (3).

Ya se indicó que en la carrera de Publicidad no se define nada al respecto.

---

(1), (2) y (3). Planes de Estudios de la Facultad de Comunicación Social. 1971; que aparecen como Anexos.

Se percibe la falta de definiciones más analíticas y conceptuales sobre este período de práctica profesional. En el caso de Periodismo parece definirse un poco la naturaleza del trabajo que se realiza, cuando se indica que el estudiante trabajará en "faenas periodísticas" y en un "Servicio de Noticias", lo cual sigue siendo bastante genérico y limitado. Pero, aún más preocupantes, son las siguientes' descripciones que no definen la esencia, los objetivos, las posibles actitudes del alumno en la empresa. En fin, son descripciones generales sobre el tiempo de dedicación o las ubicaciones posibles.

Hay que señalar que, la falta de objetivos claros y precisos de las carreras, de perfiles de egresados y de otros elementos curriculares limitan la comprensión y desarrollo de la práctica profesional en estos planes.

Si se analizan los objetivos de las carreras ya indicadas y tales descripciones, se observa que la falta de precisión

en ambos, dificulta el desarrollo de la práctica profesional; sólo en el caso de Periodismo aparece una relación directa entre ambos elementos así:

Objetivos Generales de la Carrera	Descripción del Curso Práctica Profesional
"Formación de un profesional capaz de buscar y procesar las noticias para los distintos medios de comunicación".	"El estudiante deberá cumplir en mínimo de dos meses en un medio informativo y en un servicio de noticias, trabajando en faenas periodísticas".

Pero aún, a lo interno de éstas se observan inconsistencias, cuando en el objetivo se indica "para los distintos medios" y en la descripción se señala que el alumno, se ubicará en "un medio informativo"; es decir, no queda claro la relación entre los objetivos de preparación en diferentes medios: prensa, radio, televisión, y la práctica profesional que puede hacerse en uno u otro, exclusivamente.

Ya se señaló que estos planes carecen de otros elementos interpretativos; para fines de este trabajo, se ubicó la asignatura como parte de la línea curricular de materias avanzadas de la especialidad,

en tanto, en la misma se consolidan y sintetizan un conjunto de variados aprendizajes.

Si se atiende a la secuencia y continuidad de carácter vertical, tenemos que existen serias dificultades, en tanto, no queda explícito, ni tampoco se hacen cumplir, pre-requisitos de materias, para poder cursar la práctica profesional. Así, el cumplimiento de lo planeado, se ve profundamente afectado, lo que limita aún más, el éxito del alumno en esta tarea. En este sentido, tenemos que del total de alumnos de práctica Profesional encuestados, un 42% tenía materias pendientes de años anteriores; incluso algunos alumnos debían asignaturas de 1º y 2º año tales como Introducción a la Comunicación, Historia de la Comunicación, Técnica Gráfica, etc.

En otro orden de análisis, se puede establecer las dificultades de integración de la asignatura a nivel horizontal, en el mismo año, cuando, además de la falta de cumplimiento de pre-requisitos,

se advierte la coexistencia de la misma, con asignaturas de tipo básico de especialidad en todas las carreras, durante el mismo semestre. Así, por ejemplo, un alumno de Periodismo, mientras estudia Técnica de la Información II, debe acudir a practicar; no obstante estas materias de Técnica de la Información II, Periodismo de Opinión y Fotografía, que se aprenden simultáneamente, son fundamentales para poder ejecutar con éxito la práctica. Igual ocurre en Relaciones Públicas con las siguientes: Técnicas de Organización de las R.R.P.P. y Fotografía; en Publicidad con Investigación y Problemas Publicitarios e Investigación de Mercados; en Radiodifusión con casi todas las materias: Técnica de Lenguaje de la Comunicación, Actuación Radiofónica, Locución y Noticias Radiales.

De esa manera, se advierte la gran cantidad de vacíos formativos que podría llevar el alumno a la práctica; únese a ello, la falta de control y supervisión de lo planeado y de la puesta en marcha del curriculum.

3.2.2. Características de la Práctica Profesional en los planes de estudios de 1984.

De acuerdo a la tendencia anterior, la Práctica Profesional aparece en los nuevos planes de estudios como asignatura terminal y con distintos valores, en cuanto a números de horas - créditos. Así, en Periodismo, la Práctica Profesional comprende dos semestres y seis créditos anuales. Estos créditos se distribuyen entre dos horas de teoría y dos horas de práctica. En Relaciones Públicas, Publicidad y Radiodifusión, aparece como una asignatura del IIº semestre, con seis horas de práctica y en consecuencia otorga tres créditos anuales. Se observan así, diferentes criterios en cuanto a ubicación semestral, número de créditos: y tipo de horas de dedicación, situación que no parece tener una mayor explicación, pero que refleja, nuevamente, que la práctica profesional, no mereció una adecuada reconsideración al momento del diseño, de tal forma que se hubiesen adoptado criterios más uniformes al respecto.



Los planes de 1984 muestran un avance con relación a los anteriores, en cuanto a la organización de la práctica profesional. Se observa que en todas las carreras, ésta aparece como parte de áreas de formación específica y por ende, tienen un propósito definido. En las carreras de Relaciones Públicas y Radiodifusión, se ubica como parte de un área de Perfeccionamiento, mientras que, en Periodismo y Publicidad, se integra a sectores específicos del trabajo profesional. (Véase el Cuadro Nº 5 en la página 128). Lo anterior permite comprender mejor, las finalidades de la práctica profesional y sirve de base a la elaboración de criterios para los programas curriculares. Contribuyen además, a ubicar las relaciones entre asignaturas, sobre todo en Periodismo y Publicidad.

Al igual que el caso anterior, esta asignatura se ubica en la línea de materias avanzadas de especialidad, pero confronta parecidos problemas de secuencia e integración. Al respecto, en cuanto a la

**CUADRO Nº 5**

**UBICACION DE LA PRACTICA PROFESIONAL EN LOS PLANES DE ESTUDIOS DE LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL  
SEGUN CARRERA, AREA, PROPOSITO, AÑO, NUMERO DE HORAS Y CREDITOS. 1984.**

C A R R E R A	A R E A	P R O P O S I T O	AÑO	H O R A S			CREDITOS
				T	P	L TOTAL	
Licenciatura en Periodismo.	Géneros y Estilos Periodísticos.	Preparar al estudiante en los conocimientos teóricos y prácticos relacionados con el ejercicio de las actividades y funciones periodísticas que le permitan desempeñar su acción profesional en los diversos medios masivos de comunicación, de carrera creativa, analítica y crítica.	IV	4	4	8	6
Licenciatura en Relaciones Públicas.	Perfeccionamiento Profesional.	Aplicación de los conocimientos, métodos y técnicas al ejercicio de la profesión y la investigación de los problemas propios de Relaciones Públicas.	IV		6	6	3
Licenciatura en Publicidad	Arte y Creación	Preparar al estudiante en aspectos teóricos y prácticos relacionados con la creación de campañas, impresos y audiovisuales dentro de un marco de referencia ético y moral.	IV		6	6	3
Técnico Comunicador Radiofónico.	Perfeccionamiento	Desarrollo de aptitudes, habilidades y técnicas requeridas, para la aplicación exitosa al trabajo en una empresa, de los aprendizajes obtenidos a lo largo de la carrera.	III		6	6	3

Fuente: Planes de Estudios. 1984.

secuencia; se han establecido diferentes pre-requisitos en las carreras; en Periodismo se establece como pre-requisito de la Práctica Profesional el "haber aprobado todas las materias de I, II y III año"; en Relaciones Públicas se indica "todas las asignaturas de Relaciones Públicas"; en Publicidad, se señala como pre-requisitos, "todas las asignaturas de III año; no se exigen pre-requisitos sobre esta materia", en Radiodifusión.

Se revela la falta de consideración adecuada de los aprendizajes que son básicos para el adecuado ejercicio de la práctica profesional. Vale aclarar, además, que lo establecido para Relaciones Públicas se contradice con la propuesta de distribución de asignaturas en el plan; en tanto, tal parece que se exige un año adicional de carrera, para efectuar la práctica profesional.

Al igual que en los planes anteriores, se reiteran problemas de integración de aprendizajes, en cuanto a la coexistencia de la práctica profesional con

asignaturas que son básicas y cuyos aprendizajes, se requieren para enfrentar con éxito las labores en las empresas. Por ejemplo, en Periodismo, coexiste con Técnicas de la Información III; en Relaciones Públicas con Planificación y Organización de Eventos; en Publicidad con Campañas, Administración Publicitaria, Promoción y Ventas y en Radiodifusión con Producción y Dirección de Programas Radiales y Promoción Radial.

Esta situación, no ha afectado aún al estudiantado, por cuanto los planes entran en su cuarto año; se espera que luego, las dificultades que se presentan permitan proponer algunos ajustes al respecto, tanto a nivel de planes de estudios, como de asignaturas entre sí, a fin de favorecer una mejor integración de aprendizajes.

Debe señalarse que en los nuevos planes de estudios, a nivel de perfiles de

egresados, especialmente en las carreras de Relaciones Públicas, Publicidad y Radiodifusión, se sugieren orientaciones más definidas acerca del tipo de actividades que deberían realizarse, como parte de la práctica profesional, con lo cual se apoyará mejor, tal proceso. Es de esperar que los perfiles que están explícitos, sirvan de referencia al tipo de habilidades, técnicas, actitudes, que debe demostrar el alumno en la práctica profesional, por cuanto, éste será el período más favorable para demostrar las adquisiciones formativas.

Uno de los aspectos de mayor importancia que, sin duda, deberá favorecer la realización de la práctica profesional en estos nuevos planes, es la ponderación que, en el conjunto de los mismos, merece la práctica, tanto a nivel de práctica de aulas, como de laboratorios. Ya se indicó en el análisis global de los planes que precede este apartado, el interés por conceder mayor importancia a aquellas actividades, que involucren la aplicación de lo aprendido; ello, debe revertirse

en el dominio de un conjunto de habilidades y técnicas que son propias del ejercicio profesional en las empresas. Más adelante, trataremos acerca de estas posibles vinculaciones entre propuestas curriculares y demandas del mercado.

### **3.3. La Práctica Profesional en los Programas de Asignaturas.**

Los programas curriculares constituyen los instrumentos necesarios para desarrollar, de manera más analítica y organizada, las orientaciones generales que establecen los planes de estudios para una asignatura.

En este sentido, se reconoce la ausencia de programas curriculares oficiales de Práctica Profesional, en la Facultad de Comunicación Social, situación que afecta el normal desarrollo de esta actividad. Esta situación, no obstante, no es exclusiva de esta asignatura, sino que, por el contrario, es reflejo de la realidad del conjunto de la Facultad. Hasta 1985, no se había definido una política académica que llevase a la necesaria elaboración de programas curriculares, a pesar de que el Estatuto Universitario lo establece.

En consecuencia, el proceso de práctica profesional, se cumple de manera heterogénea, diversa, basados en criterios personales de los docentes que tienen a su cargo tal responsabilidad. De esta manera, esta asignatura se desarrolla, generalmente de acuerdo a la improvisación, sin una adecuada organización, situación que es ampliamente reconocida y aceptada por docentes y alumnos.

Para suplir, en parte, las carencias de orientaciones curriculares, y luego de indagar al conjunto de docentes que han tenido a su cargo esta asignatura, se pudo establecer la existencia de algunos lineamientos programáticos para el caso de la Práctica Profesional de Periodismo y Relaciones Públicas; éstos fueron elaborados por los Profesores Hipólito Donoso y Miguel Espino, respectivamente. Tales documentos contienen, en general, lo siguiente:

- Una descripción breve del período de práctica profesional y sus propósitos como etapa para consolidar y reforzar aprendizajes.
- Una definición de contenidos, que plantea áreas de reforzamiento previo.
- Referencias metodológicas generales.
- Algunos criterios de evaluación.

Tales programas se dan a conocer al alumno, al inicio del semestre y se procura darles cumplimiento. No obstante, como iniciativa personal de ambos docentes, los demás profesores, aún de las mismas asignaturas, no está obligados a aplicarlas. Durante el período de esta investigación, sólo se pudo comprobar el uso del programa en Periodismo; el resto de las cátedras no mostraron contar con ningún instrumento curricular al respecto. Sin embargo, tales orientaciones no son producto de un proceso de coordinación con las empresas en términos de qué objetivos y actividades podrían desarrollar los alumnos. De los cuestionarios aplicados a docentes y empresas, se comprueba que esta labor no se realiza en ningún caso. Los docentes, no obstante, indican que indudablemente se produce al informarles algún tipo de comunicación, pero por medios indirectos.

De lo anterior se puede advertir la falta de orientaciones académicas en esta asignatura, situación que afecta el normal desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje.



En el contexto de una nueva política académica de la Facultad, se ha trabajado, en esta investigación, para producir los lineamientos para el diseño de programas curriculares necesarios para orientar cada una de las asignaturas de Práctica Profesional en las diferentes carreras. Estos lineamientos aparecen en el Capítulo V, como parte de la Propuesta de Mejoramiento de la Práctica Profesional. Se espera que el proceso de desarrollo de la Práctica Profesional, bajo estos nuevos conceptos se realice en mejores condiciones.

#### **4. La Ejecución de la Práctica Profesional:**

Como parte fundamental de este trabajo, se procedió a observar el desarrollo del Primer Semestre de Práctica Profesional (1986-1987) en sus diferentes aspectos: matrícula, dedicación, actividades, recursos y evaluación, de los cuales presentamos a continuación sus rasgos característicos.

##### **4.1. Matrícula:**

El proceso de Práctica Profesional se efectuó en las carreras de Licenciatura en Periodismo,

Publicidad y Relaciones Públicas; por carecer de matrícula y en atención a disposiciones de la Dirección de la Escuela, no se efectuó Práctica Profesional, en la carrera técnica de Radiodifusión.

Se atendió una matrícula global de 76 alumnos. (Véase Cuadro Nº 6 en la página 137), de los cuales 49 eran mujeres y 27 hombres; de ellos 16 eran alumnos de Periodismo, 25 de Relaciones Públicas y 35 de Publicidad. En Relaciones Públicas se organizó un grupo nocturno, de apenas 3 alumnos que, no obstante, funcionó como tal, durante todo el semestre.

Esta matrícula representa, apenas un 15.7% de la matrícula global de los estudiantes de cuarto año en todas las carreras; en Periodismo, practicaba el 11.5% de los alumnos, en Relaciones Públicas, el 13.1% y en Publicidad, el 22.4% de matriculados. Esta baja cobertura de matrícula de Práctica Profesional, en relación a la alta cifra de matrícula de cuarto año, que en este semestre alcanzaba un total de 484 alumnos, superior, incluso, a segundo y tercer año, podría explicarse, por la falta de un adecuado seguimiento

CUADRO Nº 6

MATRICULA DE PRACTICA PROFESIONAL  
EN EL PRIMER SEMESTRE ACADEMICO DE 1986,  
SEGUN CARRERA, TURNO Y SEXO

C A R R E R A	T U R N O						T O T A L		
	Diurno			Nocturno					
	V	M	T	V	M	T	V	M	T
T o t a l	<u>24</u>	<u>46</u>	<u>70</u>	-	-	<u>3</u>	<u>27</u>	<u>49</u>	<u>76</u>
Licenciatura en Periodismo	10	6	16	-	-	-	10	6	16
Licenciatura en relaciones Públicas	6	13	19	-	3	3	9	16	25
Licenciatura en Publicidad	8	27	35	-	-	-	8	27	35

Fuente: Registros de Matrícula.

en cuanto al cumplimiento secuencial de los planes de estudio; son pocos los que logran avanzar según lo establecido, por razones diversas. (Falta de control de pre-requisitos, escasa o limitada dedicación, dificultades académicas, entre otros).

Por ello, el hecho de que se registre un alto número de alumnos en cuarto año, no significa, necesariamente, que estén listos para realizar la Práctica Profesional; por el contrario, de los alumnos encuestados, un 42% tenía pendientes materias de años anteriores que son básicas para poder ejercer con éxito la Práctica Profesional; incluso hubo algunos alumnos que indicaron tener pendientes materias de segundo año. Otra gran cantidad, 81%, revela, como es de esperar, estar cursando materias del primer semestre, de cuarto año paralelo a la Práctica Profesional.

Esta baja cobertura de alumnos que realizan la Práctica Profesional, con respecto a la matrícula global de cuarto año, se reitera en el segundo semestre 1986-87, cuando de un total de 424 matriculados, sólo se matricularon en Práctica Profesional, un 31.6%. (Véase Cuadro Nº 7, en la página 139).

Esta matrícula del primer semestre fue atendida por cuatro docentes especialistas en cada uno de los respectivos campos.

CUADRO Nº 7

RELACION ENTRE LA MATRICULA GLOBAL DEL ULTIMO AÑO DE LAS CARRERAS  
Y LA MATRICULA EN LA ASIGNATURA PRACTICA PROFESIONAL.  
PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE 1986-1987.  
EN NUMERO Y PORCENTAJE.

C A R R E R A S	MATRICULA GLOBAL IV AÑO		MATRICULA DE PRACTICA PROFESIONAL		PORCENTAJE DE MATRICULADOS EN PRACTICA PROFESIONAL	
	1er. Semestre	2do. Semestre	1er. Semestre	2do. Semestre	1er. Semestre	2do. Semestre
T o t a l	<u>484</u>	<u>424</u>	<u>76</u>	<u>134</u>	<u>15.7</u>	<u>31.6</u>
Licenciatura en Periodismo	138	148	16	56	11.5	37.8
Licenciatura en Relaciones Públicas	190	131	25	41	13.1	31.2
Licenciatura en Publicidad	156	145	35	37	22.4	25.5

Fuente: Registros de Matrículas.

#### **4.2. Reglamentaciones:**

Ya se indicó previamente, que la Práctica Profesional no ha merecido un reconocimiento en la Universidad como parte obligada del curriculum de formación; en aquellas carreras, en que ésta se efectúa, se procede a organizarla de acuerdo a las características de la profesión, a las experiencias y recursos con que se cuenta.

En la Facultad de Comunicación Social, se han establecido algunos criterios normativos en los planes de estudios, los que ya fueron anteriormente analizados.

A partir de estas especificaciones generales, se ha procedido a realizar la práctica profesional, como una actividad continua, sin embargo, se reconoce que no existe un reglamento integral y actualizado que regule todo lo relacionado con este importante aspecto formativo.

La Práctica Profesional es, en sí misma, una actividad compleja, en tanto que establece una proyección externa de la cátedra hacia la comunidad; igualmente, su ejecución afecta a un conjunto de instancias académicas y administrativas, por lo cual exige de cierta normatividad a fin

de favorecer su ordenada ejecución y la mejor utilización de los recursos disponibles.

En el año 1976 se intentó reglamentar la misma y se elaboró un breve documento al respecto. Este "Reglamento para la Práctica Profesional", fue apenas una disposición del entonces Departamento de Comunicación Social, y no fue sometido a la Junta de Facultad, como es de esperar, en documentos normativos de este tipo.

En cuanto a su contenido, este "Reglamento" contiene seis disposiciones, en las cuales se especifica que: habrá una cátedra "encargada al Prof. Donoso", para atender la Práctica de las tres carreras de Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad; se reconoce, igualmente, que esta es una materia regular, que será evaluada una vez finalizado el período. Además, se indica que habrá también la Práctica Profesional para Radiodifusión, la que será atendida como asignatura aparte. Este "Reglamento", en realidad, no logra el propósito de ser un instrumento que merezca esa denominación; inclusive, en la actualidad no se le reconoce como tal. Sin embargo, se considera un antecedente importante, en cuanto a la necesidad de reglamentar la Práctica Profesional.

Por lo anteriormente señalado, aspectos como: pre-requisitos, duración, horarios, actividades para realizar, ubicación en las empresas, relación con las empresas, formas de supervisión y de evaluación, no cuentan con criterios uniformes que deben seguir y por el contrario, se verifican de manera informal y heterogénea de acuerdo a las circunstancias.

No obstante, derivado de las experiencias obtenidas, puede advertirse la existencia de algunas normas no escritas, ni explícitas, pero que orientan esta labor. Al respecto, se acepta, por ejemplo: que la Práctica debe durar como mínimo un mes; que el estudiante debe buscar, por sí mismo, dónde va a practicar; que se podrá practicar indistintamente en cualquier empresa pública o privada, sin que medien otros criterios cualitativos de elección de las mismas; que el profesor enviará una nota a las empresas solicitando la acogida del estudiante; que la empresa debe enviar otra nota al final del período en la cual se notifica a la Facultad, el resultado del trabajo del alumno.

Tal como se aprecia, éstas son disposiciones que atienden a diferentes aspectos de la Práctica,



aún cuando como es de esperar, dejan por fuera otro conjunto importante de aspectos que requieren de una urgente definición; se puede advertir, en estas normas implícitas y producto de la experiencia, que algunas son susceptibles de crítica y cuestionamiento, tales como: la falta de criterios de elección de la empresa y aquella que deja en manos del alumno la responsabilidad, casi exclusiva, para ubicarse en alguna de ellas.

En otro ángulo de estudio, es interesante reconocer las relaciones entre las empresas públicas y privadas. la práctica profesional de la Facultad. En la Ley Nº 67 que reglamenta el ejercicio de la profesión de periodista en Panamá se establece:

ARTICULO 24. Las personas naturales o jurídicas, dedicadas total o parcialmente al periodismo obligadas por esta Ley a contratar los servicios de periodistas profesionales, aceptarán en sus empresas para los finés de práctica a estudiantes que cursan el último año de periodismo en las universidades nacionales,\* sin perjuicio de su personal permanente.(1)

---

(1) Consejo Nacional de Legislación. Ley Nº 67 de 19 de septiembre de 1978; Por la cual se reglamenta el Ejercicio de la Profesión de Periodista en la República de Panamá. Panamá. Publicación de la Facultad de Comunicación Social. Nov., 1986.

\* el subrayado es nuestro.

Este artículo apoya legalmente, las prácticas profesionales en Periodismo y constituye un gran avance en el reconocimiento de la importancia de la práctica profesional, por parte de sectores externos a la Facultad. Lamentablemente, esta disposición no ha sido desarrollada a través de mecanismos operativos, para que sirviera de base a una relación más organizada entre la Facultad y los sectores empleadores. Al respecto, el Decano de la Facultad señala:

La experiencia demuestra que las empresas e instituciones tienden a brindar cooperación con los alumnos de práctica profesional. En esto influye mucho las relaciones de las autoridades y docentes con los profesionales de los medios. Pero, no existe un convenio de colaboración. Se está trabajando en un primer borrador para llevarlo a Junta de Facultad (1).

En este sentido, se reconoce que a pesar de las insuficiencias administrativas y de tipo curricular, cada semestre los alumnos son recibidos en los distintos medios e instalaciones a efectuar las prácticas.

---

(1) Entrevista al Profesor Hipólito Donoso, Decano de la Facultad de Comunicación Social acerca de la Práctica Profesional en las carreras. 31 de enero de 1987.

#### **4.3. Dedicación y Horarios:**

Los estudiantes acudieron a practicar a diferentes empresas de la localidad, tanto públicas como particulares. Es importante señalar que no existe un criterio uniforme en cuanto al tiempo de dedicación y horario; en teoría, como se indicó, se ha establecido que el estudiante debe practicar, por lo menos, un mes en una empresa, cumpliendo el horario laboral de ocho horas. En la práctica, se pudo comprobar que cada estudiante labora el tiempo y los horarios (incluso fuera de semestre académico) en que le es posible, de acuerdo a diversas razones. Entre esas, se pueden encontrar aquellas relacionadas consigo mismo y en otros casos, dependen de las empresas.

En cuanto a la situación de cada alumno, se reconoce que como parte de las dificultades derivadas de efectuar la práctica profesional y paralelamente, cursar asignaturas, se da el fenómeno, bastante frecuente, de estudiantes que faltan o piden permisos para ausentarse de las empresas donde están practicando, con la excusa de atender las clases y otras asignaciones propias de las cátedras. Esta situación no tiene reales mecanismos de control y queda a criterio de los

propios alumnos, con lo cual se afecta el tiempo de dedicación a la Práctica Profesional y por ende, la continuidad del proceso de aprendizaje.

En este mismo aspecto, los profesores reconocen que gran parte de la dedicación depende del interés y responsabilidad del propio alumno; hay quienes comprenden el valor y la importancia del período y se esfuerzan por aprovecharlo al máximo; otros, rinden lo indispensable para obtener la certificación.

En esencia, el problema central lo constituye, como se indicó, la falta de criterios y de mecanismos de control y supervisión de este proceso, de tal manera que se pudiera exigir al alumno, el cumplimiento cabal de sus responsabilidades. Hasta la fecha, el tiempo y dedicación es informado al profesor, por parte del alumno, en forma oral, al inicio de la práctica; al finalizar, este dato aparece registrado en forma general en cuanto a fecha de inicio y terminación en las Cartas de Certificación (todas las cátedras), los informes de Práctica (Publicidad) y el Formulario de Evaluación (Periodismo).

Se pudo comprobar que, en Publicidad, el 65% de los alumnos practicó durante un mes y el resto

lo hicieron por mayor tiempo, hasta dos meses. No obstante, no se pudo establecer el número exacto de horas de labor. En Periodismo y Relaciones Públicas, la mayoría practicó un mes como mínimo.

Constituye otro aspecto de interés, lo establecido como norma, no escrita, ni justificada académicamente, el hecho de convalidar experiencias laborales pasadas o presentes, con la asignatura de Práctica Profesional. Lo anterior se hace, sin mayores dificultades y para ello, se le solicita al alumno una carta del empleador, en donde haga constar las fechas en que inició, desempeñó o culminó labores, además de una breve descripción de las funciones desempeñadas.

A partir de esta nota, se procede, si lo estima conveniente el profesor de la cátedra, a convalidar esta asignatura, eximiendo al alumno de sus responsabilidades en el curso. Esto es realmente único y si bien podría tener algún respaldo por la experiencia, no garantiza el cumplimiento de los fines del curso de Práctica Profesional y viola lo establecido en los planes de estudio.

#### **4.4. Actividades Realizadas:**

La observación del período de Práctica Profesional, permite obtener una visión global del conjunto de actividades que comprende su ejecución durante un semestre, actividades que pueden agruparse como: de inicio, de desarrollo y evaluación y de las cuales se procede a destacar sus principales características.

##### **4.4.1. Actividades de inicio:**

El período de Práctica Profesional, se inicia al momento de la matrícula, cuando los alumnos interesados, inscriben el curso como parte de su quehacer semestral. Este proceso de matrícula es similar al resto de las asignaturas y no se verifica ningún tipo de procedimientos de control, en términos de pre-requisitos exigidos, en razón de factores explicados anteriormente. Para cada carrera se establece la posibilidad de atención a estudiantes, y éstos se matriculan con el profesor de su preferencia, indistintamente, si es del turno diurno. (Generalmente se asignan dos profesores por carrera de Licenciatura y uno en Radiodifusión).

De igual forma, se advierte la falta de control en el número de estudiantes por grupo; así, por ejemplo, en Relaciones Públicas, un grupo contaba con diecinueve alumnos y otro con apenas tres alumnos.

En este semestre funcionó, un solo grupo de Periodismo y un solo grupo de Publicidad en los cuales, no obstante, se matricularon alumnos diurnos y nocturnos.

Una vez iniciado el semestre, se produce el encuentro entre los profesores y el grupo de alumnos, en un aula de clases destinada para tal fin. A partir de este momento se inicia un período, que podríamos denominar de preparación general a la práctica propiamente dicha; período que dura entre una a seis semanas a criterio del profesor. Este período preparatorio consiste en el desarrollo de una serie de actividades docentes tendientes, fundamentalmente a:

- Reconocer las características e importancia del período de Práctica Profesional. Esto se realiza mediante exposiciones del profesor y en los

mismos se absuelven consultas e inquietudes del alumnado al respecto.

- Reconocer las expectativas de los alumnos frente a las tareas. Durante las clases iniciales, se procede a indagar a los estudiantes, acerca de qué esperan de la Práctica Profesional, qué aspectos les interesan, en dónde les gustaría practicar, etc.
- Determinar, en forma general, algunos aspectos favorables y limitaciones, en términos de conocimientos y habilidades para el trabajo.

Esta labor se realiza de manera poco sistemática; se diagnostica a base de trabajos que se le solicitan al alumno, o bien, a base de preguntas y respuestas. Puede afirmarse que, este aspecto merece relativa importancia y que no recibe toda la atención que demanda, ni en los medios e instrumentos para el diagnóstico, ni en los indicados para el afianzamiento.



- Afianzar aprendizajes necesarios para la Práctica Profesional. En algunas ocasiones se procede a clarificar aspectos o a realizar demostraciones, que se espera, puedan ayudar al alumno a realizar una mejor práctica.

Vale aclarar, que esta labor no se cumple de manera similar, en todas las carreras; pudo observarse, una mayor consistencia en el caso de Relaciones Públicas; pero, en el resto de las cátedras, este proceso se realiza de manera más ocasional. De igual forma, tal como se indicó, no se responde a una programación, debidamente estructurada y tampoco se cumple con un horario sistemático.

Pudimos comprobar que se dictan algunas charlas de orientación y afianzamiento; en el caso de Periodismo, algunas sesiones para afianzar tareas de redacción de noticias, las que fueron corregidas y devueltas a los alumnos por el profesor. Además, en este período de preparación, en el caso de Periodis-

mo, se indica a los alumnos, la necesidad e realizar lo que se denomina "Práctica Interna" en los medios con que cuenta la Facultad. (Tal es el caso del Periódico Campus y la Imprenta). No obstante, esta actividad, a nuestro juicio, de gran valor y tan atinada por los fines que persigue, tampoco es de carácter obligatorio, ni se verifica de manera orgánica y sistemática.

Se pudo comprobar que sólo algunos estudiantes acuden voluntariamente a estos lugares a realizar práctica interna; en horarios y según dedicación, libremente elegida por ellos.

- Ubicar al alumno en las empresas. Esta actividad implica un primer conversatorio del profesor con los alumnos, acerca de las posibles empresas en donde se piensan ubicar. Paralelamente, los alumnos tratan de establecer contactos, a nivel individual, con algunas de ellas; una vez detectada la posibilidad de ser acogido

en un medio, el profesor responsable de la cátedra envía, con el mismo estudiante interesado, una nota formal solicitando el apoyo para efectuar la Práctica Profesional. En algunos casos, el profesor establece contacto telefónico en demanda del apoyo. Esto se observó, con mayor énfasis, en el caso de Publicidad, ya que esta actividad de la Dirección de la Escuela es decisiva.

Mucha importancia tiene en este proceso, la habilidad, interés y relaciones del propio estudiante; el acceso a las empresas va a depender, casi en su totalidad de ello, más que del apoyo que brinda la Escuela o el profesor, especialmente en el caso de Periodismo y Relaciones Públicas.

En este sentido, resulta interesante reconocer que los profesores, especialmente de Relaciones Públicas, señalan que éste proceso de búsqueda, por sí mismos, del lugar donde se va a practicar, es una de las experiencias

más útiles, porque enfrenta al alumno a una situación real de "Relaciones Públicas".

Si se considera la validez de lo anteriormente explicado, se ha comprobado, que este es uno de los mayores obstáculos para el desarrollo de la Práctica Profesional, por cuanto la gran mayoría de los alumnos, por sí solos, no logran encontrar un sitio adecuado donde practicar. Por esta razón, al final del semestre, se quedan sin cumplir lo propuesto, tal como se podrá comprobar en el aspecto de evaluación.

#### 4.4.2. Actividades de Desarrollo:

Las actividades de desarrollo están referidas al momento del ejercicio de la práctica profesional, al seguimiento y supervisión de la labor por parte del profesor y en las empresas. La observación realizada permite advertir varias instancias de este proceso:

- Inicio de la labor en las empresas:

Dadas las características tan especiales en que se efectúa la ubicación en las empresas, se produce un fenómeno gradual de inicio de la práctica. Así, no hay una fecha para todas, ni aún a lo interno de cada cátedra. El inicio es, de tipo individual, algunos no inician nunca y deben esperar hasta un año para lograr ubicarse.

El inicio transcurre de manera que el alumno se presenta a la empresa a cumplir con las disposiciones que para él se establezcan, en cuanto a horario y dedicación. Es, prácticamente, un inicio solitario; según las empresas encuestadas, los profesores no acompañaron a los estudiantes y éstos a partir de ese momento, quedan prácticamente bajo la exclusiva responsabilidad de la empresa.

De acuerdo con informes obtenidos por las empresas, desde el inicio, el alumno recibe instrucciones de un miembro del personal de la misma, quien le orienta en diferentes aspectos.

En primer lugar, se procede a presentarle al resto del personal y a describirle los objetivos y funciones que se realizan. Posteriormente, le indica el tipo de labores que va a realizar y a brindarle el apoyo técnico requerido.

Más adelante se precisará acerca del trabajo del alumno durante este período.

- El desarrollo del trabajo propiamente dicho:

Una vez que el alumno entra a formar parte de la empresa, su relación con la cátedra se hace casi inexistente.

Es un período en que podría advertirse la disgregación definitiva del grupo de alumnos, lo que limita, efectivamente, el posible apoyo y seguimiento que el profesor puede brindar. Además, se pierde gran parte de las experiencias que podrían compartirse para beneficio de todos los alumnos. Ocasionalmente, en Periodismo y Publicidad, los alumnos que así lo desean,

acuden a entrevistarse con el profesor; para comunicar sus experiencias o solicitar apoyo. Igualmente, se pudo establecer que, a veces, se les formulan llamadas especiales a reuniones para fines específicos. En el caso de Relaciones Públicas, la profesora responsable, acudía semanalmente al aula a compartir con aquellos alumnos que tuvieron la posibilidad de asistir. Si bien se registraba la asistencia, ésta no se hacía obligatoria, en tanto se trataba de horas laborables en que supuestamente, el alumno debería estar laborando en la empresa. Se pudo comprobar que además, variaban los alumnos que acudían a tales sesiones.

Al respecto, vale señalar que los alumnos parecen tener bien claro el papel que le corresponde al profesor en esta fase de la Práctica Profesional.

En respuesta a la pregunta del cuestionario, acerca de qué papel debe cumplir el profesor frente al desarrollo de

su Práctica Profesional, se obtuvo interesantes respuestas, algunas de las cuales se presentan a continuación:

"Solucionar las dudas que se le presenten a los alumnos. Darnos las pautas necesarias para defendernos en el campo laboral. para que así no lleguemos desorientados".

"Orientador, sobre todo. El profesor, basado en sus experiencias, puede darnos algunos "tips" o detallitos que podamos encontrar dentro de la práctica".

"Debe supervisar e inclusive, ir ayudando en algunos baches que al estudiante se le presenten".

"Cumplir el papel de apoyo y guía".

"Reunirnos periódicamente, con el fin de hacer una evaluación sobre el desenvolvimiento".

"Apoyo permanente para consultar los problemas o desaveniencias en la práctica".



- La supervisión: Este es uno de los aspectos de mayor déficit en el proceso de Práctica Profesional. Se advierte la escasez de una verdadera supervisión, entendida ésta, como una labor permanente de apoyo para mejorar.

En las empresas encuestadas, se indicó que se designa a una persona para que acompañe y oriente al alumno durante todo el período. Sin embargo, esta labor no obedece a un plan sistemático, ni se efectúa sobre la base de procedimientos indicados para este propósito.

Dado el gran espíritu de colaboración que caracteriza a las empresas, esta persona responsable, que funge como supervisor y orientador, cumple en general, labores como las siguientes:

Recibe al alumno a su llegada a la empresa.

Facilita el conocimiento general de la empresa: fines, organización y el personal que labora.

Ubica al alumno en un departamento,

o sección determinada.

- . Define las funciones que le corresponde realizar y las tareas rutinarias que efectúa.
- . Sugiere al alumno la importancia de asistir a un determinado evento de la empresa, que le ayudará en su formación (actos, visitas, reuniones, fiestas, etc.)
- . Revisa, en caso de que se le hayan solicitado, los trabajos que el alumno realiza.
- . Controla, en forma general, el cumplimiento de lo indicado.
- . Informa, mediante nota, al profesor, acerca de la labor realizada por el alumno.

Las empresas encuestadas manifestaron su disposición de continuar ofreciendo el apoyo y orientación requerida; no obstante, señala que no son informados por el profesor acerca de qué programa, se debe seguir, ni participan con éstos (en una labor que supuestamente compete a ambos), en el proceso

de acompañamiento y supervisión.

La falta de supervisión del alumno en el sitio de la práctica por parte del profesor es uno de los aspectos más preocupantes. Los profesores, no obstante, señalan que realizan una cierta supervisión indirecta mediante las entrevistas ocasionales que sostienen con algunos estudiantes (especialmente en Periodismo y Publicidad) y de manera más frecuente, en Relaciones Públicas. Esta falta de presencia del profesor en la empresa, le impide conocer el desempeño del alumno, y obtener elementos para una orientación y evaluación eficaz.

Los alumnos quedan enfrentados a su propia iniciativa e interés y al apoyo dispensado por la empresa. Lo anterior pone de relieve, una de las más urgentes situaciones que debe resolverse, es decir, el desarrollo de un plan sistemático e integral conjunto (profesor-empresa) para la supervisión de la Práctica Profesional y su adecuado

cumplimiento.

Este plan de supervisión de la Práctica Profesional, debe constituirse en una herramienta del trabajo del docente responsable y ayudar significativamente a las empresas, ambas instancias, compartirían esfuerzos de cara al logro de idénticos y compartidos objetivos: la formación integral del alumno y la adquisición de valiosos conocimientos, aptitudes, actitudes, habilidades propias de su profesión durante el período de Práctica Profesional.

#### 4.4.3. Actividades de Evaluación:

La evaluación es el proceso sistemático, permanente e integral que permite establecer la medida de logro de los objetivos propuestos. En toda actividad humana, y más aún, en el proceso de enseñanza-aprendizaje, la misma constituye uno de los aspectos de mayor relevancia, no sólo como medio para determinar avances, sino, como vehículo para establecer correctivos oportunos que ayuden al alum-

no, a adquirir y consolidar aprendizajes de mayor calidad.

El estudio realizado permite establecer las siguientes características de la evaluación de la Práctica Profesional.

- La evaluación no aparece como parte integral del proceso de enseñanza-aprendizaje. Como ya queda expresado, se reconoce la falta de orientaciones programáticas precisas, la falta de adecuados mecanismos de seguimiento y supervisión, así, la situación de la evaluación, no es diferente.

Por el contrario, la evaluación aparece como algo aislado del contexto; es una actividad más que se cumple, especialmente, al finalizar el semestre para fines de acreditación.

- La evaluación es asistemática e informal y no responde a un plan debidamente elaborado. Cada profesor utiliza los procedimientos e instrumentos con la frecuencia y ponderaciones, que se estima pertinente.

- Se enfatizan los fines sumativos de la evaluación; no obstante, se advierten algunas actividades de diagnóstico al inicio del semestre, mediante procedimientos, tales como preguntas y respuestas y algunas actividades prácticas.
- No se han establecido criterios de evaluación que orienten, específicamente, sobre qué aspectos se va a evaluar. Así, en cada cátedra se aceptan las expresiones escritas, que en cartas certificadas, (Véase Anexo Nº 10), las cuales giran en torno a diferentes aspectos:  
Por ejemplo, se lee en algunas:  
  
"Durante su permanencia demostró competencia, interés e iniciativa..."  
  
"Mostró en todo momento colaboración y disposición para el trabajo..."  
  
"Dicha práctica fue efectuada en forma satisfactoria".  
  
"Cumplió con las tareas asignadas con esmero, interés y siempre con mucho entusiasmo".  
  
"Se desempeñó en forma eficiente, manifestó un gran interés de colabora-

ción y buena puntualidad".

"Se desempeñó con gran profesionalismo y corrección" (1).

Tal como se aprecia, las empresas eligen determinados términos que sugieren criterios de evaluación, desde sus particulares referencias.

La falta de criterios académicos de evaluación, es así, reemplazada por las decisiones de cada persona responsable de certificar.

Esta situación también se reafirma en cuanto a los Informes de la Labor, (Publicidad), en donde cada estudiante anota aquellos aspectos que le parecen, a su juicio, significativos. En Periodismo se establecen algunos criterios generales de los cuales se hará referencia más adelante.

- Intento por calificar cooperativamente.

En relación a lo anteriormente, se ha dado, en la práctica, un esfuerzo casi cooperativo al momento de asignar

---

(1) Cartas de Certificación del Trabajo del Alumno. 1986.

la calificación; esto se aprecia en todas las carreras, en donde se pudo comprobar que se toma en cuenta las opiniones de la empresa para asignar la calificación, y el otro componente, es la apreciación del profesor. (No se pudo establecer con seguridad y exactitud, qué porcentaje de la nota final responde a la certificación de la empresa y cuánto a la apreciación del profesor).

- La calificación final deriva de la consideración de las siguientes fuentes de información:
  - . La Carta de Certificación del Trabajo realizado por el alumno en la empresa, requisito obligado en todas las cátedras. (Véase ejemplo en el Anexo Nº 10).
  - . La presentación de un Informe de la Labor Realizada por parte del alumno. Se indicó, que se solicita a los estudiantes de Relaciones Públicas y Publicidad, no obstante,



sólo pudimos obtener las muestras de Publicidad. En el caso de Periodismo se indicó, que el alumno debe elaborar una especie de álbum con todos los trabajos que efectuó; sin embargo, tampoco se obtuvo evidencias de los mismos.

Los Informes de la Labor Realizada por los estudiantes de Publicidad, constan, en general, de los siguientes aspectos: introducción, aspectos generales de la empresa, labores realizadas, conclusiones y recomendaciones. En dependencia al tipo de experiencias, interés y dedicación, cada estudiante desarrolla estos aspectos con mayor o menor grado de detalle.

Se reconoce que este tipo de Informes es uno de los medios más valiosos para la evaluación; por la riqueza de las experiencias que contienen; no obstante, podrían mejorarse, a partir de la definición de criterios acerca de qué se debería registrar y sobre todo, de la descripción y

análisis más detallado de lo informado.

- La apreciación del profesor:

Este es uno de los aspectos más imprecisos del proceso, debido a que se reconoce la falta de criterios, procedimientos e instrumentos para hacer más objetiva esta tarea. Se trata de un juicio del profesor, basado, según nuestro criterio, en la subjetividad, el cual, sin embargo, es determinante en la calificación. Si se tiene en cuenta que el profesor no acude a la empresa a supervisar al alumno, habría que reflexionar, seriamente, acerca de los parámetros de evaluación que sirven a esta apreciación.

- En la cátedra correspondiente a Periodismo, el profesor ha elaborado un sencillo Instrumento de Evaluación Final (Véase Anexo Nº 11), que es enviado a las empresas para informar del trabajo del alumno. Este instrumento, incluye, además de los datos generales de identificación, un total

de siete aspectos que se evalúan: duración de la práctica, asistencia, rendimiento, iniciativa, esfuerzo, entusiasmo y relaciones humanas.

Cada uno de los aspectos, se evalúa según una escala descriptiva, así:

- la asistencia: Constante - mediana  
- alto ausentismo.
- el rendimiento, iniciativa, esfuerzo, entusiasmo, y las relaciones humanas: bueno, mediano, mínimo.

Al final se solicita al evaluador anotar observaciones que amplíen lo registrado.

Este instrumento es un primer esfuerzo por contar con algún medio objetivo para evaluar al alumno. Se reconoce, no obstante, que se requiere de una mayor especificidad y definición de los aspectos que se evalúan, los que aparecen muy genéricos. Además, no permite registrar otros aspectos susceptibles de evaluación que revelarían con mayor integridad, el trabajo del alumno.

#### **4.5. Rendimiento:**

Como resultado del proceso de evaluación, se puede analizar el rendimiento, entendido éste como la cantidad de alumnos que aprueban o desaprueban la asignatura en relación a la matrícula. Desde esta perspectiva, un tanto limitada a lo cuantitativo, pero de interés para los fines perseguidos, se pueden establecer algunas conclusiones reveladoras del rendimiento.

- Existe un bajo porcentaje de aprobación de la Práctica Profesional, la que apenas alcanza un 43.4% en forma global. La situación, a lo interno de las cátedras, muestra profundas disparidades al respecto; así, mientras en Publicidad aprobaba el 60% de los matriculados, en Periodismo apenas un 18.7% logró su propósito y en Relaciones Públicas, lo hacía el 36% de los alumnos. (Véase Cuadro Nº 8, en la página 172).

Esta situación se reiteró en el segundo semestre (aunque hubo un mejoramiento de 7% en el índice global de aprobación), se alcanzó apenas el 50%; a lo interno de las cátedras hubo un mejoramiento significativo de aprobados, especialmente en Periodismo (58.9%) y

Relaciones Públicas (48.7%). Sin embargo, disminuyó sensiblemente en Publicidad a un 37.8%. (Véase Cuadro Nº 8, en la página 172).

Este bajo porcentaje de aprobación, obedece de acuerdo a los profesores de Práctica Profesional, a que los alumnos no logran encontrar dónde practicar o el tiempo en que lo hicieron fue insuficiente.

Si se relaciona el bajo porcentaje de aprobación, con el bajo porcentaje de alumnos de cuarto año que se matriculan, se obtiene una reveladora situación de déficit en esta asignatura; se produce una cuantiosa pérdida de recursos y esfuerzos que la Facultad en particular, y la Universidad en general, invierten en mantener, en la organización académica y administrativa, la Práctica Profesional.

- En relación directa a lo anterior, se aprecia un alto porcentaje de alumnos sin calificación, que en el Primer Semestre representó el 56.5% del total de la matrícula y en el Segundo Semestre esta cifra fue de 50%. (Véase Cuadro Nº 8, en la página 172). Asimismo, en el Primer Semestre a lo interno de las cátedras, el porcentaje es alto: en Periodismo se dejó

CUADRO Nº 8

MATRICULA, APROBADOS Y ALUMNOS SIN CALIFICACION EN LA ASIGNATURA  
PRACTICA PROFESIONAL EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL,

POR CARRERA,

PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE ACADEMICO 1986-1987

C A R R E R A S	PRIMER SEMESTRE						SEGUNDO SEMESTRE					
	MATRICULA		APROBADOS		SIN CALIFICACION		MATRICULA		APROBADOS		SIN CALIFICACION	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
T o t a l	76	100	33	43.4	43	56.5	134	100	67	50.	67	50
Licenciatura en Periodismo	16	100	3	18.7	13	81.2	56	100	33	58.9	23	41.
Licenciatura en Relaciones Públicas	25	100	9	36.	16	64.	41	100	20	48.7	21	51.2
Licenciatura en Publicidad	35	100	21	60.	14	40.	37	100	14	37.8	23	62.

Fuente: Listas Finales de Calificación.

Primer y Segundo Semestre 1986-1987.

sin calificación al 81.2% de los alumnos, en Relaciones Públicas al 64% y en Publicidad al 40%.

Para el Segundo Semestre, también a lo interno de las cátedras, se aprecia la persistencia de esta práctica: quedaron sin calificación, en Periodismo 41%, en Relaciones Públicas un 51.2% y en Publicidad el 62% de alumnos. Esta situación de alto porcentaje de alumnos sin calificación, obedece, al igual que en el caso de aprobación, al hecho de que los alumnos no lograron realizar la práctica, especialmente, por dificultades de encontrar dónde hacerlo.

Además, podría obedecer al hecho de que algunos alumnos, realizaron Práctica, pero no de manera sistemática, en consecuencia, no obtienen la Carta de Certificación de la Empresa.

De esta manera, el alumno queda sin calificación y tiene que esperar alguna fecha posterior, para hacer la Práctica. Cuando lo logra, no importa cuándo, ni en qué fecha, el alumno obtiene la Carta de Certificación y mediante un Formulario de Corrección de Calificación, el profesor con quien matriculó originalmente,

procede a asignarle la calificación. Hay que señalar que, este Formulario se ha confeccionado para otros fines: en caso de equivocación en el nombre, en caso de examen extraordinario, de examen de rehabilitación, corrección de código o corrección de calificación. Sin embargo, se utiliza para resolver este singular problema, sin mayores dificultades, a nivel de la Secretaría General.

De acuerdo con este procedimiento, se produce el hecho de alumnos que matriculan esta asignatura, incluso como medio para "aprovechar" el costo original de la matrícula, a sabiendas que no van a practicar; posteriormente lo hacen, y reciben su calificación. Además, hay que señalar que, no existe un límite de tiempo para presentar "reclamación" de la asignación de la calificación, lo que se traduce en un proceso fuera de posibles controles administrativos para fines de establecer el rendimiento.

- Prevalece el criterio de calificar con la máxima puntuación a la mayoría de los alumnos. (Véase Cuadro Nº 9, en la página 176). Así, del total de alumnos aprobados en el



Primer Semestre, un 66.6% obtuvo la calificación A y el 33.3%, obtuvo B; en el Segundo Semestre aumentó el porcentaje de alumnos calificados con A un 80.5% del total; 16.4% obtuvo B y aparece apenas un 2.9% con calificación de C.

A lo interno de las cátedras, en el Primer Semestre, en Periodismo el 100% obtuvo A, en Relaciones Públicas lo hizo un 88.8% y en Publicidad, fue menor esta relación, en un 52.3%. En este último caso, se nota que la calificación B fue asignada a un grupo considerable de alumnos, un 47.6%.

Para el Segundo Semestre la situación no es diferente: en Periodismo obtuvo A un 96.9% de los que lograron aprobar, en Relaciones Públicas un 80% y en Publicidad el 42.8%. La situación con respecto a la calificación de B, es casi similar al primer semestre; avanza un 15% en Relaciones Públicas y un 50% en Publicidad. Un caso nuevo aparece en este semestre, cuando un 2.9% de los alumnos que aprobaron, en total obtuvo calificación de C, calificaciones asignadas por dos docentes, que atienden turno nocturno.

CUADRO Nº 9

CALIFICACIONES OBTENIDAS POR LOS ESTUDIANTES QUE APROBARON LA PRACTICA PROFESIONAL  
EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL, POR CARRERA.  
PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE 1986-1987.

C A R R E R A S	PRIMER SEMESTRE						SEGUNDO SEMESTRE							
	Aprobados (en número)	Calificaciones obtenidas					Aprobados (en número)	Calificaciones obtenidas						
		A		B		C		A		B		C		
		Nº	%	Nº	%	Nº		%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
T o t a l	33	22	66.6	11	33.3	-	-	67	54	80.5	11	16.4	2	2.9
Licenciatura en Periodismo	3	3	100					33	32	96.9	1	3.	-	-
Licenciatura en Relaciones Públicas	9	8	88.8	1	11.1			20	16	80.	3	15.	1	5.
Licenciatura en Publicidad	21	11	52.3	10	47.6			14	6	42.8	7	50.	1	7.1

Fuente: Listas Finales de Calificación  
Primer y Segundo Semestre 1986-1987.

Esta situación de altos porcentajes de evaluación A y B, podría ser halagadora, si fuese producto de un proceso más riguroso y científico. No obstante, las limitaciones en seguimiento, supervisión y evaluación de la Práctica Profesional, ponen de manifiesto la necesidad de revisar con más cuidado esta tendencia a fin de que la nota asignada, sea fiel reflejo del desempeño del alumno.

#### **4.6. Recursos:**

La ejecución de la Práctica Profesional, implica la utilización de un conjunto de recursos humanos, físicos, materiales y financieros que son aportados por la Universidad, las empresas y el propio estudiante. En este trabajo se intenta identificar, en forma general, los principales, y no, una cuantificación rigurosa de la inversión, ya que se carece de las informaciones necesarias para ello.

##### **4.6.1. Humanos:**

La Práctica Profesional, tiene como principales recursos humanos a los docentes encargados de las asignaturas y a las personas que en las empresas, son asig-

nadas para orientar a los alumnos. Con relación a los docentes, se puede señalar que éstos son especialistas en sus campos; con distintas categorías dentro de la escala (regular, especial, tiempo completo, tiempo parcial) y en consecuencia, sus salarios son diferentes. En el Primer Semestre de 1986-87 se contó con un total de cuatro docentes para atender los grupos de Periodismo (un profesor), Relaciones Públicas (dos profesores) y Publicidad (un profesor), de los cuales dos pertenecen a la categoría de regular tiempo completo y dos a la categoría de especial tiempo parcial. (Véase Cuadro Nº 10, en la página 179).

De acuerdo al horario, cada docente tuvo la responsabilidad de atender la cátedra, tres horas por semana lo que, al semestre representó un total de 48 horas de atención en Publicidad y Periodismo y 96 en Relaciones Públicas. En total, se cuentan 192 horas de atención a los 76 alumnos matriculados. Así, se podría establecer una relación de 2.5 horas

**CUADRO Nº 10**

**RECURSOS FINANCIEROS QUE LA UNIVERSIDAD DE PANAMA DESTACA  
AL CURSO DE PRACTICA PROFESIONAL DE LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL  
EN MATERIA DE SALARIO AL PERSONAL DOCENTE.  
PRIMER SEMESTRE ACADEMICO 1986-87**

C A R R E R A	CANTIDAD	CATEGORIAS	HORAS DE DEDICACION		S A L A R I O S			
			Semanal	Semestral	Hora-res (en balboas)	Por semestre (en balboas)	Vacaciones Proporcionales	T o t a l
<b>T o t a l</b>			<u>12</u>	<u>192</u>		<u>1,783.44</u>	<u>668.29</u>	<u>2,451.73</u>
Licenciatura en Periodismo	1	Titular 15%	3	48	163.86	655.44	245.29	900.73
Licenciatura en Relaciones Públicas	2	Especial Adjunto I Especial Adjunto II	6	96	87.00	348.00	130.50	478.50
Licenciatura en Publicidad	1	Auxiliar	3	48	90.00 105.00	360.00 420.00	135.00 157.50	495.00 577.50

Fuente: Organización Académica. Primer Semestre 1986-87.

de atención por alumno. Si se atiende a los salarios invertidos en esta tarea, en un aproximado, se observa que las horas de atención de Periodismo y Publicidad son las más costosas (B163.86 y B105.00 por hora-mes), mientras que en Relaciones Públicas era de B87.00 y B90.00. Así, lo que podría tomarse como costo semestral varía: en Periodismo B659.44, en Relaciones Públicas B348.00 y B360.00 y en Publicidad B420.00

La cifra global en salario asciende a B2,451.73, en cálculos aproximados se puede señalar un "costo por alumno matriculado" de B32.25 semestral.

Esta cifra se eleva, si se relaciona con el número de alumnos que logran aprobar el curso. Así, los 33 aprobados significan una inversión de B74.29 por alumno en concepto de salario de profesores.

Lo anterior, a pesar de que se reconoce como un aproximado, es revelador del gran esfuerzo que sólo, en este aspecto de salario, efectúa la Universidad y

que por ende, estaría demandado de un mejoramiento de los índices de aprobación.

En cuanto al recurso humano aportado por las empresas, puede indicarse que, en cada una de ellas se asigna a una persona para que oriente al alumno, sus tareas fueron descritas precedentemente. No obstante, no se nos facilitó más detalles que permitieran cuantificar la inversión.

#### 4.6.2. Físicos y Materiales:

Para realizar la Práctica Profesional, se requiere de un conjunto de facilidades y de materiales aportados por el alumno, la Facultad y las empresas.

Los recursos físicos aportados por la Facultad son las aulas de clase donde concurren según sus horarios, cada grupo de alumnos.

En el caso de Periodismo, se pudo utilizar aún cuando de manera individual, ocasional, y sin ningún tipo de seguimiento, los laboratorios de Impresión y la Redacción del Periódico Campus. En cuanto

a aulas, se utilizaron tres que en total sumaron un espacio de  $175\text{m}^2$ . Los laboratorios cuentan con el equipo y materiales mínimos requeridos para que las labores propuestas se realicen de la mejor forma. (Véase Anexo Nº 12).

Por su parte, las empresas señalan que se ofrecen al alumno "todas las facilidades" que se requieren; sin embargo, no se cuantifica la cantidad de recursos invertidos, razón por la cual, se dificulta el poder establecer estimaciones en este estudio.

#### 4.6.3. Financieros:

Los recursos financieros para movilización del alumno hacia las empresas y otros gastos que esta actividad les acarrea, son sufragados totalmente, por éste; las empresas investigadas indican que no aportan nada en este sentido, así tampoco, la administración de la Facultad. (En otras Facultades se destinaron recursos a este propósito: Educación, Odontología, Medicina, Enfermería).



Las cifras exactas de recursos financieros y materiales, no se han podido establecer por falta de registro y control. Los correspondientes a salarios docentes ya fueron presentados.

#### **4.7. El Proyecto Experimental de Práctica Profesional.**

Con el propósito de introducir una innovación y analizar sus efectos en el desarrollo de la Práctica Profesional, se propuso, como parte de esta investigación, la ejecución del Proyecto Experimental de Práctica Profesional. (Véase Anexo Nº 13).

Este Proyecto tuvo como objetivos generales:  
"Evaluar los efectos que tiene, en el proceso de Práctica Profesional, la participación de un equipo interdisciplinario de docentes como alternativa de apoyo y orientación a los estudiantes.

-Evaluar los resultados del proceso de Práctica Profesional, a cargo de un solo docente.

-Derivar conclusiones y recomendaciones para el mejoramiento de la práctica profesional:  
métodos, contenidos y actividades de enseñanza.-

aprendizaje de materias del plan de estudios, luego de comparar los resultados obtenidos en el proceso de investigación" (1).

Para llevar a cabo el Proyecto, se requería realizar un conjunto de actividades y tareas de preparación, ejecución y evaluación, que se cumplieron de manera parcial y limitada, hecho que impidió el desarrollo del mismo. A continuación se detalla la forma, en que estas actividades se desarrollaron, sus logros y dificultades.

#### 4.7.1. Actividades de la fase de preparación:

Con el fin de organizar el Proyecto, se estableció un conjunto de actividades preparatorias que se cumplieron en su totalidad.

- Reuniones con el Decano, Directores de Escuela, Profesores de Práctica Profesional y la Secretaría Administrativa, para explicar los objetivos, avances y organización del Proyecto. En estas reuniones se pudo explicar,

---

(1) Proyecto Experimental de Práctica Profesional. Véase Anexo Nº 13.

a cabalidad, el propósito del Proyecto y su metodología; el personal asistente mostró interés y se ofreció, de parte del Decano, toda la colaboración para llevarlo adelante. Los Profesores Directores de Carrera y de Práctica Profesional, no obstante, mostraron preocupación por la posibilidad de hacerlo efectivo, en tanto, esta cátedra revelaba serios problemas de organización. Además, se pudo comprobar que la asistencia de personal requerido a estas reuniones no era constante.

- Reunión con los profesores de Práctica Profesional, Directores de Carrera y Profesores de Materias Avanzadas de la Especialidad: Se realizó un total de seis reuniones y varias entrevistas con este personal, a fin de conocer mejor la naturaleza de la práctica y explicarles el Proyecto. A partir de entonces, se pudo identificar una serie de limitantes al desarrollo del Proyecto; especialmente,

la referida a la participación de estos docentes de materias avanzadas en una labor cooperativa e interdisciplinaria, tal como era necesario. Se encontró, si bien la aceptación de la idea y la promesa para, en un futuro, participar en actividades de ese tipo, no se logró el compromiso de participar en esta actividad, en el momento solicitado. Se logró concretar el apoyo efectivo de una profesora en Relaciones Públicas para el desarrollo de algunas actividades en el período preparatorio. Lo anterior, se constituyó en factor clave para impedir el desarrollo del proyecto y está relacionado con el hecho de que estos profesores de materias especiales, señalaban que tenían que dictar clases a otros grupos numerosos, de diferentes niveles y asignaturas y comprometerse en esta nueva tarea, era agotador. Mientras, se detectaba, que existe un consenso generalizado acerca de que el profesor de Práctica Profesional, no tiene

mayores responsabilidades, por lo cual, es innecesario brindarle apoyo.

- Reuniones con los estudiantes: Aún cuando, no se previó en el planeamiento original, se realizaron cuatro reuniones motivadoras con los estudiantes; se contó con la convocatoria y presencia de los profesores de Práctica Profesional. En estas reuniones se logró la asistencia en total, de aproximadamente, el 50% de los alumnos matriculados. Luego de que los profesores les explicaron la razón de la reunión, se tuvo la oportunidad de explicarle el Proyecto, sus objetivos y metodología. Al respecto, una mayoría de 60% expresó su deseo de participar en el Proyecto, por razones como: "para aprender y tener nuevas experiencias", "para realizar una práctica eficiente", "contribuiría a reforzar y a hacer más óptimo el desarrollo de la práctica", "para aclarar problemas con las otras materias". De esta manera se comprueba

el interés de los estudiantes por este tipo de innovaciones y su disposición a participar como vía para mejorar sus experiencias de aprendizajes. A nuestro juicio, este es uno de los resultados favorables encontrados, Por su parte, un 30% manifestó dudas a la participación; al respecto, entre otras razones, se señaló: "necesito más información", "dependería de los profesores asignados", "dependería del tiempo de que dispongo". Una minoría de 10% expresó rechazo a la idea, por lo que significaba un mayor compromiso y dedicación a la asignatura, situación que no tenían prevista. Se nos expresó cierta inconformidad y resistencia, ya que, tradicionalmente, esta asignatura no significa tantas responsabilidades como las que se esperaban de ellos. Las razones expuestas fueron entre otras: "no tengo tiempo", "tengo muchas responsabilidades".

- Inventario de empresas en las cuales

se efectuaría la Práctica Profesional: Se procedió a confeccionar un listado de las empresas en donde generalmente se efectúa la Práctica Profesional y en donde los alumnos esperaban poder cumplir con la misma.

La lista, (Véase Anexo Nº 14), fue confeccionada a través de entrevistas a los profesores y mediante cuestionarios a los estudiantes.

- Aplicación de instrumentos para recabar información: Se procedió, de acuerdo a lo establecido, a diseñar y aplicar cuestionarios para reunir información de los alumnos, los profesores de Práctica Profesional, de Materias Avanzadas de la Especialidad y de las empresas.
- Matrícula de los estudiantes: Este proceso se cumplió según el calendario académico (ya se explicó, anteriormente, en este capítulo, sus características).
- Organización de los grupos experimen-

tales y de control de acuerdo a la matrícula en común acuerdo con el Decano, Directores de Escuelas y Docentes. Esta tarea, de vital importancia para el desarrollo del Proyecto, no se pudo cumplir en ninguna de las cátedras, situación que afectó notablemente los objetivos propuestos. La situación general de la docencia, en las cátedras, descrita en puntos anteriores, fue factor clave que determinó la imposibilidad de organizar y llevar adelante las labores con grupos de control y experimental.

#### 4.7.2. Actividades de la fase de ejecución:

De acuerdo con el Proyecto, esta fase comprendió, fundamentalmente, el desarrollo de actividades preparatorias (reuniones y el diseño de instrumentos para la práctica) y actividades de desarrollo de la Práctica Profesional en las empresas bajo la supervisión del profesor a la vez que la realización de talleres periódicos de seguimiento. Dado que no se organizaron los grupos de control y expe-



rimental, esta fase tampoco fue cumplida.

4.7.3. Actividades de la fase de evaluación:

La evaluación de este Proyecto se concibió de manera permanente, dirigida a los estudiantes, docentes y empresas, mediante la utilización de diversos procedimientos y técnicas tales como: análisis de productos de trabajo, observación, cuestionarios; tampoco se efectuó dicho proceso, tal como había sido concebido. No obstante, ya se indicó que el período de práctica fue utilizado para aplicar los cuestionarios a alumnos, docentes y empresas cuya información sirvió de base al conocimiento de la situación de la Práctica Profesional.

4.7.4. Logros obtenidos:

A pesar de la imposibilidad de realizar el Proyecto Experimental de Práctica Profesional, es pertinente destacar algunos logros obtenidos durante el proceso, los que se presentan a continuación:

- Se propició en la Facultad, la discusión y análisis acerca de la forma

en que se realiza la Práctica Profesional; esta actividad se realizó de manera cooperativa entre las autoridades académicas, docentes y estudiantes; se puso de relieve la necesidad de mejorar la situación de la misma de manera urgente, a fin de responder, más cabalmente, a las políticas de renovación académica de esta unidad.

- Se verificaron diferentes eventos, tales como, reuniones y entrevistas que permitieron presentar los enfoques curriculares teóricos, acerca de la Práctica Profesional.

Estas actividades marcaron un inicio importante para la comprensión a cabalidad, de la Práctica Profesional, su naturaleza, fines y objetivos en el conjunto de las actividades formativas del nivel superior.

- Se comprendió, en sectores administrativos y docentes, la necesidad del desarrollo de innovaciones en la docencia, como medio para mejorar la formación ofrecida.

4.7.5. Limitaciones:

Las limitaciones, al desarrollo del Proyecto Experimental, pueden sintetizarse así:

- La cátedra de Práctica Profesional carece, en general, de una organización académica tal, que le permitiera avanzar hacia formas más estructuradas.
- Existen resistencias justificadas de los profesores de materias propias de la especialidad, a comprometerse a participar en forma interdisciplinaria, dado que consideran que el profesor responsable carece de mayores responsabilidades, mientras ellos deben atender otros grupos de clases.
- Las instancias administrativas, si bien comprendieron la idea y reconocieron su valor, se mostraron limitaciones para apoyarla efectivamente, por falta de mecanismos de control académico-administrativo, que serían necesarios en una labor de este tipo.

### **CAPITULO III**

#### **FUNCIONES PROFESIONALES Y CURRICULUM PLANEADO**

## 1. FORMACION DE COMUNICADORES SOCIALES Y DEMANDAS

Es factor clave la determinación de la demanda laboral y de las necesidades sociales, para el establecimiento de la oferta académica y su expresión en los diferentes elementos del curriculum. Se reconoce, que en el caso que nos ocupa, en la formación de comunicadores sociales, no se cuenta con un diagnóstico integral de la situación de la comunicación social en el país.

Se debe señalar la existencia de estudios parciales de la problemática, que si bien permiten obtener información útil, no satisfacen los requerimientos que la planificación académica demanda para su labor. Al respecto, tenemos que:

"Dentro del ámbito de la comunicación los propios interesados, carecen de un instrumento para analizar el comportamiento de la actividad, sus complejidades, derivar indicadores y predecir la situación futura, de importancia para la planificación de inversiones y esfuerzos.(1)

A esta limitación para la comprensión real de las expectativas de la sociedad, hacia la formación universitaria, se une la inexistencia de un Plan Nacional de Desarrollo, que permita determinar el rol de la Comunicación Social en ese proceso.

---

(1) TUÑÓN, Modesto. Editorial. Boletín Sintagma. Especializado del Centro de Investigaciones de la Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Justicia. Panamá. Julio-agosto, 1987, Pág. 2 Año 4, Nº19.

No obstante tales omisiones, se reconoce que las actividades profesionales en el campo de la Comunicación Social se desarrollan en el contexto de una economía nacional influida y determinada históricamente por la posición geográfica.

Este modelo económico dedicado a la prestación de servicios, más que a la producción de bienes, encuentra, en correspondencia, una Comunicación Social que le sirve de apoyo y sustentación, en detrimento de formas de producción que aseguren una mayor independencia económica-social. De esa manera, puede observarse en esta economía, vulnerable, abierta y cíclica, un conjunto de indicadores que configuran la fisonomía de país dependiente y sub-desarrollado, cuyas consecuencias se dejan sentir, especialmente, en términos de las desigualdades sociales profundas, que afectan a la población.

La formación de comunicadores se realiza como parte del apoyo que la Universidad efectúa para el desarrollo de los elementos super-estructurales de la sociedad, en cuanto a promoción y difusión de ideas; la característica dominante de la economía de servicio influye, decisivamente, en el tipo y contenido de la Comunicación social, la que no satisface las necesidades sociales de la población y que en general, apunta

al fortalecimiento de las actividades de comercio y servicio.

Este condicionamiento de la estructura económica, se expresa en la oferta académica de la Universidad, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Así, por ejemplo, en el año académico 1986-87, de una matrícula global de 46,828 estudiantes, las Facultades de Administración de Empresas y Contabilidad, Administración Pública, Derecho, Humanidades, Economía y Comunicación Social, concentraban el 47.5% del total de matriculados.

En el caso de la Facultad de Comunicación Social, ésta contaba con 1,977 alumnos, un 4.2% del total de la institución superior; de ese total, la carrera de Publicidad concentraba un 36%, de la mayoría de la matrícula. Todo lo anterior, expresa el nivel de preferencia de los alumnos en respuesta a aquellas Facultades y carreras relacionadas con la prestación de servicios, y el comercio, especialmente este último, en razón de la circulación de mercancías en el área del canal, la Zona Libre de Colón y el Centro Bancario.

Lo anterior, encuentra justificación tal como señala un estudio del Centro de Investigaciones de la Comunicación del Ministerio de Gobierno y Justicia; por ejemplo, en el caso de la Radio, en la capital se concentraba,

en 1986 el 47.7% de todas las emisoras en las cuales lo comercial y publicitario ocupaba el primer lugar. De igual forma, en marzo de 1986 se analizó las transmisiones de televisión y se demostró que de 376 horas diarias, los géneros que prevalecían eran los de acción, telenovela, largometrajes y en última proporción, los programas culturales e infantiles; se agrega que estos géneros eran producciones del extranjero, en una abierta demostración de la extremada penetración ideológica cultural a que está sometida la población.

La problemática de la formación se plantea, además, si se atiende a la cantidad de estudiantes que están cursando estudios; esto se proyecta como un numeroso contingente de egresados, que estarán demandando un lugar en el mercado laboral. (A estos egresados debe sumarse aquéllos que estudian en la Universidad Santa María La Antigua y los que provienen de Universidades extranjeras). Además, existe en la actualidad, un contingente de graduados; entre 1961-1986 la Facultad ha formado 253 profesionales así:

Total .....	253
Periodismo .....	88
Relaciones Públicas .....	98
Publicidad .....	59
Comunicador radiofónico .....	8



Hay que reconocer que en el país, se ha producido un importante desarrollo de los medios de comunicación; según cifras del Centro de Investigación de la Comunicación Social se contaba, en 1987 con los siguientes:

Radioemisoras.....	169
Televisoras .....	6
Periódicos Nacionales .....	7
Publicitarias .....	52
Agencias Internacionales de Prensa .	15

Este desarrollo, esencialmente de tipo cuantitativo y tecnológico, no significa, necesariamente, que las necesidades de comunicación estén satisfechas. Por ejemplo, en Panamá hace falta revistas especializadas, publicidad para el desarrollo de proyectos de salud, educación, agrícolas, etc; que los comunicadores se vinculen y participen en acciones de planificación, en equipos interdisciplinarios de trabajo y tantas otras posibilidades aún no exploradas, dentro de los sectores de la vida nacional.

Es evidente que la capacidad instalada, no alcanza a satisfacer las necesidades de trabajo y se reducen las posibilidades de empleo de los egresados. Esta posible saturación del mercado laboral, (en el cual el trabajo de empíricos absorbe parte importante) obliga a replantear la oferta académica orientándola, hacia

otras esferas de acción del comunicador: productor de medios, investigador, planificador, es decir, creador de formas de comunicación, que permitan, al futuro graduado ejercer su profesión, en un gran abanico de posibilidades y no sólo en relación a una ocupación en medios, ya instalados. En este sentido, encuentra la comunicación para el desarrollo, otra justificación para su incorporación como ideología formadora de los comunicadores sociales en Panamá.

Compete a la Universidad, un replanteamiento constante de su relación con la sociedad, en aras, especialmente, de dar cumplimiento a sus misiones históricas en favor de desarrollo nacional (Art. 2 de la Ley 11). Al respecto, el Plan de Desarrollo Universitario 1984-1987, se propone como política institucional lo siguiente:

"Política Nº.1: Docencia

Formación de profesionales y técnicos de la más alta calidad científico-técnica y humanística y de elevado espíritu crítico como respuesta a las necesidades del desarrollo integral del país y el perfeccionamiento de la independencia nacional." (1)

---

(1) UNIVERSIDAD DE PANAMA. Plan de Desarrollo Universitario. 1984-1987. Op. Cit. Pág. 107.

Esta política, si bien constituye un rumbo para la definición de la acción universitaria, se ve condicionada, en tanto, en las sociedades capitalistas, como señala Latapí (1986) las profesiones que se desarrollan en las universidades no van a responder a las necesidades sociales, de sus necesidades objetivas, "sino del propósito, consciente o inconsciente de hacerlas orgánicas a los requisitos de la FES (Formación económica social) y responden a las exigencias de los grupos dominantes." (1)

No obstante, si se acepta que la relación educación-sociedad es dialéctica, y contradictoria, se concluye, en que a pesar, de que el sistema educativo reproduce los rasgos del modelo dominante, por su propia dinámica conlleva elementos de cambio, gérmenes de transformación, posiciones de crítica a la formación económica social. (Faure 1972)

En este sentido, se propone la progresiva incorporación de las necesidades sociales, como fuente para el diseño y desarrollo del curriculum, necesidades que se sintetizan en este campo, en el diseño y desarrollo de estrategias comunicacionales que atiendan

---

(1) LATAPI, Pablo. Profesiones en la Sociedad Capitalista. Cuadernos de Investigación Educativa 1. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Madrid, 1986. Pág. 30.

a la generación y difusión de información para la promoción de los sectores más desposeídos de la sociedad y sus reclamos.

Este es uno de los mayores retos, que se plantea al diseño de los planes de estudio, si se acepta que en los posibles campos ocupacionales, descritos en los viejos y nuevos planes de estudio, el esfuerzo está dirigido, precisamente al trabajo futuro en las empresas instaladas; pero aparece, al final, la observación de en "otros". Sobre este particular en los nuevos planes, se lee en el Boletín Syntagma lo siguiente:

"Esperamos que en ese "otros" tan sin importancia y ubicado al final, estén incluidas otras posibilidades alternativas de comunicación: en sindicatos, organizaciones comunales de ayuda mutua, en equipos de desarrollo, educación a distancia, promoción de grupos humanos, cooperativas, programas de salud y en todas aquellas instancias, donde se haga preciso organizar la información para ponerla al servicio de objetivos que beneficien y satisfagan las necesidades colectivas en el orden de lo social, económico y por qué no, también en el orden de lo espiritual, puesto que lo artístico y cultural forma parte igual, del devenir humano." (1)

Esta reclamación, planteada, desde las esferas del estado, es un llamado de atención a los planifica-

---

(1) SYNTAGMA. Boletín del Centro de Investigación de la Comunicación Social de Dirección Nacional de medios del Ministerio de Gobierno y Justicia. Enseñanza de la Comunicación en Panamá. Año 3 Nº13 Julio-agosto 1986, Pág. 3

dores curriculares, a fin de que se tome en cuenta para futuras revisiones de planes de estudio.

## **2. FUNCIONES DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACION SOCIAL.**

Las funciones de los profesionales de la Comunicación Social, pueden establecerse, a partir de la consideración de las perspectivas teóricas, legales y ocupacionales del medio; sin pretender ser absolutos, se presenta una aproximación a la descripción de tales funciones, como medio para comprender mejor la naturaleza de las actividades de práctica profesional.

Además, con el fin de establecer el tipo de actividades, que podría desempeñar el alumno en la práctica profesional, se procedió a realizar un inventario de las mismas. Esta labor es el resultado de los aportes de profesores de Práctica Profesional, profesores de materias avanzadas de especialidad, opiniones vertidas por empresas de comunicación y de los alumnos practicantes. Tal como es de esperar, el listado no pretende agotar todas las posibilidades, sino, señalar un conjunto de asignaciones que el alumno podría realizar, contando para ello, con el apoyo del responsable de tales tareas en las empresas y del profesor supervisor de la práctica profesional.

### 2.1. Funciones del Periodista:

En líneas generales, puede indicarse que las funciones atribuidas al periodismo en la actualidad son las de informar, interpretar y guiar a la sociedad de la cual forma parte. El periodista se encarga de registrar lo que ocurre en su medio inmediato y en el mundo en general; puede decirse que lleva al conocimiento colectivo, la suma de acontecimientos que se generan en las distintas esferas de la actividad humana.

Una de las más explícitas definiciones acerca del periodismo y las labores que cumple el periodista, es la de Vladimir Hudec, Decano de la Facultad de Periodismo de la Universidad Carolina de Praga. En ella se establece lo siguiente:

"Por periodismo entendemos los conjuntos de expresiones escritas o impresas, habladas o gráficas o de combinación mutua que se publican periódicamente y están destinadas a interpretar la realidad social de actualidad y de importancia universal, en forma documentada, y que mediante su difusión por distintos medios de comunicación de masas, ejercen un impacto a escala de masas sobre un público socialmente definido. El periodismo orienta socialmente a ese público, formula y expresa sus opiniones, sus actividades y acciones sociales diferenciadas, su concepción del mundo; le ofrece una explicación de los fenómenos, procesos y tendencias contemporáneas en toda su multiformidad, de las leyes que determinan la función y el desarrollo de la vida económica, social, política, intelectual e ideológica de la sociedad,

todo ello desde los diversos puntos de vista de clase." (1)

A partir de estas y otras definiciones, se pueden derivar las funciones de este profesional, las que, como es de esperar, dependen de la naturaleza fines y objetivos del medio en que ejerce la labor.

En el Diccionario del Periodista se indica que:

"Resumiendo, las tareas que pueden ser encomendadas al periodista con las siguientes:

- a. Recolección de noticias e informaciones y preparación de éstas para su divulgación, en la forma literaria adecuada: noticia, comentario, crónica, reportaje, entrevista, información, etc.
- b. Redacción, condensación, refrito, titulación, interpretación, corrección o coordinación de la materia.
- c. Corrección de estilo de originales periodísticos.

---

(1) HUDEC, Vladimir. El Periodismo. Esencia, funciones, desarrollo. Praga. Editado por la OIP. Organización Internacional de Periodistas. 1980. Pág. 32. Citado por Hernán Uribe en Etica Periodística en América Latina. Deontología y Estatuto Profesional. UNAM. México, Centro de Estudios de la Comunicación Social. 1984. Pág. 33.

- d. Planificación, organización, dirección y ejecución de servicios técnicos: archivo, ilustración, distribución gráfica de textos, fotografías o ilustraciones (maqueta).
- e. Búsqueda de datos para la elaboración de noticias, informes, etc."(1)

En una perspectiva teórica local, el profesor Agustín del Rosario, reconoce como funciones básicas del periodista las siguientes:

- "1. Una clasificación cronológica de los hechos
- 2. Una definición de los hechos
- 3. Una derivación de los hechos hacia los intereses de la propia comunidad." (2)

Este "saber periodístico", según el autor, haría trascender el hecho noticioso y permitiría el ejercicio profesional a partir de una concepción integradora.

En la legislación panameña que reglamenta el ejercicio de la profesión de periodista, se definen las funciones así:

---

(1) MARTINEZ de Sousa, José. Diccionario General del Periodismo. Madrid. Edit. Paraninfo, S.A. 1981, Pág. 410.

(2) DEL ROSARIO, Agustín. Formación Integral del Periodista y su Responsabilidad como Comunicador Social. Panamá. Imprenta de la Facultad de Comunicación Social. Pág. 7.



Artículo 1: Se considera ejercicio de la profesión de periodista la dedicación regular a la búsqueda de noticias; producción de medios noticiosos, información gráfica o comentarios en medios de comunicación social y la labor profesional de información periodística en oficinas de prensa o de relaciones públicas de las instituciones oficiales o privadas". (1)

Más adelante, la misma Ley, al describir los cargos de ejercicio exclusivo de los periodistas, señala algunas de las funciones técnicas y de tipo administrativo que éste puede cumplir.

Artículo 6: Se consideran cargos de ejercicio exclusivo de los periodistas los siguientes: Director Nacional o Regionales de Oficinas de Información y Jefes de la Sección de Información en las Oficinas de Relaciones Públicas de las entidades oficiales y privadas, Jefe de Redacción, Reportero Redactor, Titulador, Diagramador, Corresponsal de los Medios de Comunicación Social escritos; Director, Subdirector, Jefe de Redacción, Reportero, Redactor y Reportero Gráfico de los programas de información radial, televisiva o cinematográfica. (2)

La profesión y funciones del periodista, desde la perspectiva de la Facultad, se encuentra definida en los planes viejos y en los nuevos planes de 1984. Se advierte, no obstante, una constante en la línea de formación, que indicaría que no se ha variado sustancialmente la misma; pero, tal como se indicó en otro apartado de

---

(1) Ley 67 de 19 de septiembre de 1978. Por la cual se Reglamenta el Ejercicio de la Profesión de Periodista en la República de Panamá.

(2) Ibidem

este trabajo, la formulación de objetivos y perfiles es más explícita en los nuevos documentos. De acuerdo al Plan de 1971, se establece:

"Esta carrera tiene la finalidad de: preparar profesionales para la recolección y difusión de noticias y comentarios por medio de la prensa, radio, televisión, cine, etc., así como para orientar la opinión pública en la comunidad.

## 2. Objetivos Generales:

- 2.1. Formar un profesional capaz de buscar y procesar las noticias para los distintos medios de comunicación, basado en el conocimiento de las técnicas.
- 2.2. Formar un profesional que tenga como motivación fundamental en su desempeño el apego estricto a la verdad, a las normas de la ética y conciencia de responsabilidad social para con el público."(1)

En forma más detallada, los nuevos planes proceden a tipificar el tipo de funciones de este profesional; al respecto, en el perfil del egresado se establece:

"Perfil del Egresado: Al concluir la carrera de Periodismo, el profesional de la misma debe estar en condiciones de:

1. Dedicarse a la búsqueda y redacción de noticias; producción de medios informativos noticiosos; información gráfica y comentarios en los medios de comunicación social y a la labor profesional de información periodística, en las oficinas de prensa y de relaciones públicas de las instituciones públicas y privadas, y en las funciones que determina la Ley, sobre el ejercicio del Periodismo en Panamá.

---

(1) Plan de Estudio. Licenciatura en Periodismo. 1971.

2. Actuar con un sentido crítico en asuntos teóricos y prácticos, relacionados con el manejo de información en los medios de comunicación social en Panamá.
3. Analizar la realidad socio-económica, política y cultural del país y ubicar su participación, como profesional dentro de la misma, en un marco científico, ético y moral, de manera creativa, analítica y crítica." (1)

Luego de analizar la presente propuesta curricular y las informaciones recabadas en el presente estudio, se procedió a elaborar la siguiente lista de actividades, que puede realizar el alumno en sus actividades de práctica profesional.

Se establece que las labores son de tres tipos: labor informativa, labor editorial y de periodismo especializado y labor técnico-administrativa. De acuerdo a la naturaleza del medio, se procedió a especificar las actividades, ya se realicen en periódicos, televisoras, radioemisoras y agencias internacionales de prensa.

---

(1) Plan de Estudios de la Licenciatura en Periodismo. 1984.

LABORES DEL ESTUDIANTE DE PRACTICA PROFESIONAL EN LAS EMPRESAS

PERIODISMO

Lugares de Práctica:

Periódicos

Televisoras

Radioemisoras

Agencias Internacionales de Prensa.

I. Funciones para Realizar en Periódicos.

1. Labor informativa:

Reportalismo

Redactor Reportero

Redactor de planta

Cobertura de eventos periodísticos

Periodismo gráfico.

2. Labor Editorial y Periodismo Especializado.

2.1. Periodismo de Opinión:

Editoriales

Artículos

Columnas

2.2. Periodismo Especializado

Reportajes y Artículos Especializados en:

Ciencias

Cultura

Deportes

Agropecuario

Economía

Literatura

Regiones o Provincias

Internacional.

3. Labor Técnico-Administrativa.

Trámite de correspondencia noticiosa

Secretaría de redacción

Corrector de pruebas

Corrector de estilo

Diagramación

Titulación

Levantamiento de textos

Fotomecánica

Impresión

Difusión

Archivo y documentación

II. Labores para Realizar en Televisoras.

1. Locución

Presentación de noticias

Presentación de comentarios y editoriales

2. Labor informativa:

Reportерismo

Redactor de Planta

Reportero-redactor

3. Labor Técnico-Administrativo.

Camarógrafo

Edición

Musicalización

Corrector de estilo

Archivo documentación

Libretista y guía técnica

Secretaría de redacción.

4. Labores para Realizar en Radioemisoras.

4.1. Locución:

Presentador de noticias

Presentador de comentarios y editoriales

Atención de unidades móviles.

4.2. Redacción:

Redactor de planta

Cápsula informativa

Reportерismo

Reportero-redactor

Titulación

Periodismo Internacional

Redacción noticiosa o de comentarios

Corrector de estilo.

4.3. Producción:

Periodismo especializado (científicos, culturales, económicos, etc.)

Libretista y guía técnica (guiones)

Efectos técnicos y sonoros.

4.4. Trabajo técnico:

Microfilmación

Edición

Transmisión en directo y/o diferidos.

4.5. Trabajo administrativo:

Archivos y documentación.

III. Labores para Realizar en una Agencia de Noticias.

1. Información:

1.1. Reporterismo

1.2. Redactor de planta

1.3. Corrector de estilo (redacción)

1.4. Periodismo gráfico

1.5. Secretaría de redacción.

2. Archivo y documentación

3. Enviado Especial (información).

## 2.2. Las Funciones del Relacionista Público.

Según la Federación Interamericana de Asociaciones de Relaciones Públicas (FIARP) de la cual forma parte la Asociación Panameña de Profesionales en Relaciones Públicas (APPRP) las Relaciones Públicas se definen así:

Son una disciplina socio-técnico-administrativa mediante la cual se analiza y evalúa la opinión y actitud del público y se lleva a cabo un programa de acción planificado, continuo y de comunicación recíproca, basado en el interés de la comunidad y destinado a mantener una afinidad y comprensión provechosa con el público. (1)

En la Facultad se acepta, además que:

Las Relaciones Públicas constituyen una filosofía social de la empresa, expresada en planes de comunicación basados en la investigación, dirigidos a públicos específicos, con el fin de alcanzar objetivos, primordialmente de naturaleza afectiva, favorables a la empresa, sobre la base del interés y beneficio comunes a la organización y sus públicos. (2)

Por otra parte, en la Ley Nº37 que Reglamenta el ejercicio de la Profesión de Relacionista Público se lee:

Artículo 1: Reconócese el ejercicio de las Relaciones Públicas como una profesión liberal o asalariada, cuyo objetivo principales la actividad y el esfuerzo planificado y continuo para

---

(1) Asociación Panameña de Profesionales de Relaciones Públicas. Panamá, 1969. Citado por Miguel Espino. En: Principios de Relaciones Públicas. Panamá. Mimeo, 1987. Pág. 6.

(2) Ibidem



establecer y mantener la comprensión mutua entre una institución o empresa pública o privada y los grupos y personas a que estén directa o indirectamente ligados." (1)

De lo anterior se desprende el reconocimiento y ubicación de la profesión y su campo de acción: el establecer un flujo constante de comunicación y comprensión entre las empresas y beneficiarios directos e indirectos de sus servicios. Para ello, se debe, tal como se señala, proceder con criterios científicos, basados en la investigación y a partir de sus resultados, diseñar ejecutar y evaluar los planes que logren tales objetivos.

En el mismo orden de ideas, se desprenden las funciones que competen al Relacionista Público. Entre las más comunes y generalmente aceptadas se encuentran las siguientes:

- "1. Definir, esto es, identificar a los públicos que serán los destinatarios receptores de nuestros mensajes o acciones.
2. Investigar, analizar e interpretar las opiniones, actitudes y comportamiento de los diversos públicos que están relacionados con la empresa.
3. Asesorar a la administración de la empresa en la definición de los objetivos tendientes a ganar y sostener la comprensión y aceptación de la empresa por parte del público.
4. Determinar las áreas de interés comunes a la empresa y a los públicos con el fin de asegurar una adecuada aceptación de estos hacia aquélla.

---

(1) Ley Nº37 del 22 de octubre de 1980. Por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Relacionista Público. Panamá: Impreso en Comunicación Social. Pág. 1.

5. Planificar y desarrollar programas de acción que conduzcan al logro de los objetivos generales trazados por la empresa. (1)

De acuerdo a la Ley Nº37, se consideran como actividades específicas de las Relaciones Públicas en nuestro país las siguientes:

- A. La promoción de la mayor integración de las instituciones o empresas a la comunidad.
- B. La información y orientación de la opinión pública sobre los elevados objetivos de una institución o empresa.
- C. La orientación de los Ejecutivos de instituciones públicas o privadas en la formación de políticas de Relaciones Públicas.
- CH. El asesoramiento en la solución de problemas institucionales que influyen en la posición de la institución o empresa ante la opinión pública.
- D. El planeamiento y ejecución de campañas de opinión pública.
- E. La consulta ante la opinión pública de las actuaciones de los dirigentes de las instituciones o empresas, o sobre la política y actividad de esas empresas o instituciones. (2)

Se puede apreciar que la profesión aparece, debidamente regulada y sus campos de acción bien delimitados; lo anterior se ha reflejado en la Facultad de Comunicación Social, al momento de

---

(1) Ley Nº37 del 22 de octubre de 1980. Op cit. pág. 15.

(2) Ibidem. Pág. 1

formular sus planes de estudios, en donde, a través de sus objetivos y perfiles, se exponen las definiciones sobre la profesión y sus funciones.

Al respecto, en el plan de 1971 se establece a nivel de descripción y objetivos generales, la naturaleza de la formación ofrecida:

"1. Descripción:

Esta carrera forma un profesional capaz de apoyar el desarrollo de relaciones humanas positivas. En el plano social, su acción orientará hacia disminuir problemas entre individuos y actuar de socio armonizador. Así mismo, debe establecer contacto con la opinión pública de una comunidad y servir de vehículo de los problemas, de la misma manera que apoye el manejo de la información objetiva y positiva.

2. Objetivos Generales:

- 2.1. Formar un profesional capaz de aplicar sus conocimientos sobre los procedimientos y técnicas de comunicación más eficientes aplicables a la comunidad, las instituciones y empresas.
- 2.2. Formar un profesional que fomente las relaciones humanas armónicas en las instituciones o empresas donde brinde sus servicios." (1)

En el nuevo Plan de Estudio, se amplía la visión de la profesión a través del Perfil del Egresado así:

"Perfil del Egresado.

Al concluir la carrera de licenciatura en

---

(1) Plan de Estudios. Licenciatura en Relaciones Públicas. 1971.

Relaciones Públicas, el futuro profesional debe poseer los siguientes conocimientos: habilidades, actitudes, aptitudes y destrezas para:

- Valorar y enriquecer la cultura nacional como base de la identidad panameña.
- Comprender los fenómenos sociales, económicos, políticos y culturales y su incidencia en la vida del hombre.
- Demostrar una actitud crítica, reflexiva y creadora, frente al desempeño de su trabajo profesional y al medio en el cual se desenvuelve.
- Actuar con sentido ético, de acuerdo a las normas y valores que rijan la profesión y la convivencia social.
- Mantener y fomentar relaciones interpersonales positivas en los grupos sociales.
- Investigar, analizar e interpretar las opiniones, actitudes y comportamiento de los diversos públicos que están relacionados con la empresa.
- Planificar y evaluar planes, programas, campañas e investigaciones de su especialidad.
- Dirigir planes, programas, campañas e investigaciones de su especialidad.
- Asesorar a la administración de la empresa gubernamental y privada en actividades de comunicación organizacional y pública.
- Supervisar y/o evaluar las campañas publicitarias que realice la empresa.
- Supervisar y/o elaborar las informaciones para las publicaciones de la empresa y medios de comunicación.
- Aplicar los métodos y técnicas de comunicación social adecuados al desarrollo empresarial en el contexto de la realidad nacional.
- Poseer una actitud de superación personal y profesional permanente." (1)

---

(1) Plan de Estudios. Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.

A continuación se presenta el inventario de actividades de práctica profesional. De acuerdo al mismo, el estudiante debe realizar un Programa de comunicación intra y extra organizacional que comprende cuatro etapas; investigación, planificación, ejecución y evaluación:

## LABORES DEL ESTUDIANTE DE PRACTICA PROFESIONAL EN LAS EMPRESAS

### RELACIONES PUBLICAS

#### Lugares de Práctica:

En oficinas, departamentos o direcciones de Relaciones Públicas, de Información, Comunicación o que realicen Relaciones Públicas a través de otros departamentos en:

Empresas Gubernamentales

Empresas Privadas

1. Investigar la situación de las Relaciones Públicas en la empresa.

- 1.1. Investigar mediante métodos informales

Análisis de correspondencia.

Buzón de sugerencia.

Conversación informal.

Rumores.

- 1.2. Investigar por métodos formales.

Encuestas (estudios de opinión).

2. Planificar

- 2.1. Elaborar el Programa General de Comunicaciones

Objetivos

Programa de acción

Campaña

Cronograma

Análisis

Presupuesto

Revisión

Coordinación.

### 3. Comunicar

#### 3.1. Desarrollar actividades de comunicación verbal-oral.

Conferencias (para adiestramiento de público interno).

Conversación directa.

Conversación telefónica.

Reuniones

Congresos

Mesas redondas, paneles, simposios

Atender visitas.

Conferencias de prensa.

Convenciones.

Material para radio y televisión.

#### 3.2. Desarrollar actividades de comunicación verbal-escrita.

Manual de bienvenida.

Manuales de procedimiento.

Revista de empresa

Boletines informativos

Murales

Organizar concursos

Cartas

Buzones de sugerencias

Opúsculos

Gacetillas para los medios

Memoria anual

Carteles

Material para la prensa.

### 3.3. Organizar los Eventos Especiales.

Puertas abiertas

Ferias

Exposiciones

Jornadas

Programas de colaboración con la comunidad.

Programas especiales para el personal.

Perfeccionamiento profesional.

Superación personal.

## 4. Evaluar el Programa de Comunicaciones

4.1. Aplicar métodos formales de evaluación.

4.2. Establecer conclusiones.

4.3. Hacer ajustes e innovaciones.



### 2.3. Funciones del Publicista

La Publicidad fue la última rama de estudios incorporada a la Facultad de Comunicación Social. Se reconoce que es una técnica relativamente nueva en el campo de la comunicación y que alcanza su desarrollo progresivo en el contexto del desarrollo de la economía industrial.

Existe gran cantidad de definiciones de esta profesión, entre las cuales se pueden citar las siguientes:

La publicidad es la técnica de la comunicación múltiples que utiliza en forma para medios de difusión para la obtención de objetivos comerciales predeterminados, a través de la formación cambio o refuerzo de la actitud de las personas sometidas a su acción. (1)

Según Roberto Presas, publicitario argentino, la publicidad es:

Comunicación de un mensaje destinado a influir la conducta de los compradores de productos o servicios, divulgando por un medio pagado y emitido con fines comerciales. (2)

---

(1) BILLOROU, Oscar Pedro. Introducción a la Publicidad. Buenos Aires: Librería El Ateneo, 1985. Pág. 3.

(2) PRESAS, Roberto C. Qué es la publicidad. Citado por Oscar Pedro Billorou en Introducción a la Publicidad. Op. Cit. Pág. 2.

De acuerdo a lo anterior, se define el campo y objetivos de acción de la publicidad, es decir, se destina a la promoción de ventas de bienes y servicios; lo anterior no niega, en modo alguno, que en la actualidad, la publicidad ha desbordado su campo original en el mercado comercial, hasta alcanzar otros ámbitos, especialmente, el de la política. Ello, no sin serios cuestionamientos, tales como la crítica a la utilización de técnicas de compra-venta, para incidir en decisiones de conciencia social como el sufragio, campo potestativo del arte de la propaganda.

Lo cierto es que la publicidad aparece, específicamente como:

una serie de medios y de técnicas, puestos al servicio de una empresa comercial, ya sea privada o pública, que persigue influir sobre el mayor número de personas, y ello a distancia, sin intervención directa del vendedor. Esta acción persigue como objetivo, conseguir y desarrollar una clientela, es decir, dar a conocer una firma, vender determinados productos o prestar ciertos servicios. Actuar, en este sentido, subrayando la excelencia del producto o, de un modo más sutil, sugiriendo, desarrollando y satisfaciendo las necesidades reales o imaginarias de los consumidores<sup>(1)</sup>.

---

(1) CADET-Cathelat. La Publicidad. Del Instrumento Económico a la Institución Social. Barcelona: Edit. Hispano Europeo. Trad de Conrad Neill: Sureda, 1971. Pág. 25.

No obstante, el vertiginoso desarrollo de la publicidad en el país, especialmente en la capital, sus implicaciones éticas y morales y la competitividad que genera la misma, la actividad carece de una Ley que regule sus funciones, situación que incide, como es de esperar, en las características de la misma en la actualidad.

Se ha generado una corriente publicitaria de alto desarrollo tecnológico, pero cada vez más, se cuestiona la aparición de elementos que distorsionan los mejores valores de la sociedad (mujer como símbolo sexual, fomento del consumo de licor, cigarrillos, el culto a la velocidad, a la violencia, etc.)

Sólo se ha reglamentado lo relativo a difusión de cuñas extranjeras (las cuñas extranjeras pagarán un impuesto, del cual un 45%, se destinará al desarrollo tecnológico de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá, 45% al desarrollo del Centro de Investigaciones de Comunicación Social del Ministerio de Gobierno y Justicia y un 10% a la Unión Nacional de Artistas de Panamá. (Decreto 109 de 15 de octubre de 1980). De igual forma, hay legislación acerca de la publicidad y algunos aspectos de salud, especialmente sobre

el consumo de cigarrillos en el Decreto 601 de 6 de junio de 1956.

Debe señalarse que no existe en Panamá un gremio de profesionales de la publicidad encargado de aglutinar los mismos, y de procurar su desarrollo; existen cuatro agrupaciones destinadas a salvaguardar determinados intereses para el establecimiento de relaciones con el mercado (Asociación Panameña de Agencias de Publicidad, Asociación Nacional de Anunciantes, Cámara Panameña de Medios, Asociación Nacional de Productores). No obstante, por la naturaleza de estas asociaciones, los mismos no otorgan la idoneidad profesional; es común que los publicistas, señalen que la "idoneidad la da la competencia".

Las funciones del área de la Publicidad, en una empresa aparecen delimitadas, en teoría, como de carácter técnicas y administrativas. De acuerdo a Billorou, éstas se definen en la siguiente manera:

La funciones técnicas constituyen la esencia del quehacer publicitario de la empresa; se dividen en funciones técnicas de dirección, funciones técnicas de coordinación (externas e internas) y funciones técnicas de producción. Cada una de tales funciones incluye un conjunto de tareas así:

A. Funciones técnicas de dirección:

Analizar las necesidades de comunicación de la empresa con relación a sus objetivos.

Elaborar el plan general de comunicaciones

Determinar presupuestos

Planificar las campañas

Determinar las políticas de la empresa

Investigar la actividad de la competencia

Seleccionar la agencia de publicidad.

B. Funciones técnicas de coordinación:

Cuando se realizan con entes externos incluyen:

Ofrecer material informativo a la agencia.

Evaluar (aprobar o rechazar) las propuestas de las agencias.

Supervisar y controlar la tarea de la agencia.

Evaluar de manera permanente las comunicaciones.

Supervisar las investigaciones publicitarias cuando las realizan otros profesionales ajenos a la empresa.

Cuando se realizan con secciones dentro de la empresa, incluyen las siguientes tareas:

Participar en el comité de marketing

Cooperar con otras áreas: promoción, rela-

ciones públicas, etc.

Realizar con promoción y venta el material de promoción y ayuda de ventas

Colaborar en la confección de Manuales Técnicos.

Coordinar y supervisar investigaciones cuando las realizan miembros de la empresa.

#### C. Funciones Técnicas de Producción

Se refiere a aquellas labores destinadas a producir material publicitario, promocional, de ayuda de ventas, y otras realizadas por la empresa. Se debe coordinar con proveedores externos, supervisar la producción y aprobar o rechazar los productos publicitarios.

Por su parte, las funciones administrativas se dirigen a lograr la eficacia y eficiencia en el trabajo; apuntan preferentemente garantizar:

- Control de la emisión para que se efectúe de acuerdo con las pautas establecidas.
- Control de la inversión para que el trabajo se adecúe a los presupuestos, tiempos y medios establecidos previamente.

Estas y otras definiciones teóricas sirven de marco referencial al trabajo en la Facultad,

naturalmente, sobre la base de un proceso de adaptación a la realidad del campo publicitario en el país y el desarrollo académico en la misma.

Al respecto, en el Plan de Licenciatura de 1971 se establece en forma general, una concepción acerca de la profesión y de las funciones del egresado, que se presentan a continuación:

"1. Generalidades:

El Publicista es el profesional del área de la comunicación, cuya tarea consiste en transmitir o hacer pública la existencia de ideas, opiniones, valores, bienes o servicios indispensables para la satisfacción de necesidades culturales o materiales.

2. Objetivos Generales:

Formar profesionales capaces de producir mensajes que estimulen la adquisición de bienes y servicios, fundamentados en sus conocimientos económicos, psicológicos, sociales y culturales, y en las técnicas de la comunicación." (1)

Se plantea la visión de la profesión y sus funciones en el nuevo plan de estudios de acuerdo a enfoque bastante similar, pero con un mayor énfasis en lo técnico, así:

"Perfil del Egresado

Al concluir la carrera el Licenciado

---

(1) Plan de Estudios. Licenciatura en Publicidad. 1971.

en Publicidad debe estar en capacidad de:  
Disponer de suficientes conocimientos teórico-prácticos que lo habiliten para:

La creación de campañas publicitarias de tipo promocional e institucional.

La producción de material gráfico y audiovisual con fines comerciales e institucionales.

La redacción de textos con fines publicitarios.

La aplicación de principios de procedimientos de mercadotecnia.

La evaluación de encuestas, sondeos de opinión y estudios de preferencia.

La compra de espacios en los medios de comunicación con criterio científico y técnico.

La administración de agencias publicitarias y oficinas de publicidad de empresas e instituciones.

La participación crítica creativa y analítica, frente a problemas nacionales de índole social y económico.

Proyectar su acción profesional dentro de un marco de referencia ético-moral. (1)

---

(1) Plan de Estudios de Licenciatura en Publicidad. 1984.



A continuación se presenta la lista de actividades de práctica profesional que puede cumplir un estudiante de Publicidad, las cuales se han formulado en relación al trabajo publicitario de una agencia: tráfico, arte, medios y producción; se agrega, además, otras tareas que pueden cumplirse en televisoras y agencias o departamentos de mercadotecnia.

## LABORES DEL ESTUDIANTE DE PRACTICA PROFESIONAL EN LAS EMPRESAS

### PUBLICIDAD

#### Lugares de Práctica:

1. Agencias de publicidad (varios departamentos)
2. Anunciantes (Deptos. de Mercadeo-Promoción-Publicidad)
3. Medios (Deptos. de Venta y Producción de Periódicos y Televisión).

#### 1. Agencias de Publicidad:

##### 1.1. Area Ejecutiva:

Asistir a reuniones con clientes.

Redactar informes de contacto.

Transmitir órdenes de trabajo e instrucciones pertinentes a los Departamentos respectivos.

Ayudar en la Supervisión de trabajo en procesos.

Evaluar trabajo final

Presentar trabajo a supervisores o clientes.

##### 1.2. Area de Medios:

Confeccionar y llevar control de presupuestos.

Realizar pautas de anuncios.

Revisar monitoreo de publicidad.

Realizar informes de competencia

Revisar cuentas de medios para facturación y/o pago.

1.3. Area de Arte:

Realizar bocetos de anuncios

Realizar diseños

Armar artes finales

1.4. Area Creativa:

Participar en concepción de campañas

Redactar textos y guiones

Visualizar ideas

Redactar razonamientos.

1.5. Area de Producción (Radio y TV)

Supervisar grabaciones de audio

Seleccionar música y efectos de audio

Supervisar mezclas de audio

Participar en filmaciones y grabaciones de video

Participar en la edición de comerciales de TV.

2. Anunciantes:

2.1. Area Ejecutiva:

Asistir a reuniones en agencias de publicidad

Redactar informes de contacto

Trasmitir órdenes de trabajo e instrucciones pertinentes a los departamentos respectivos

Ayudar en la supervisión de trabajos en proceso

Evaluar trabajo final

Presentar trabajo a supervisores o clientes.

Supervisar programas de mercadeo (demostradores).

Realizar y participar en trabajos de investigación  
(encuesta).

#### 2.2. Area de Medios:

Confeccionar y llevar control de presupuesto.

Realizar pautas de anuncios.

Revisar monitoreos de publicidad.

Realizar informes de competencia.

Revisar cuentas de medios para facturación y/o  
pagos.

#### 2.3. Area Creativa:

Participar en concepción de campaña.

Redactar textos y guiones.

Redactar razonamientos.

### 3. Medios:

#### 3.1. Area Ejecutiva:

Asistir a reuniones con clientes.

Redactar informes de contacto.

Trasmitir órdenes de trabajo e instrucciones pertinentes a los departamentos respectivos.

Ayudar en la supervisión de trabajo en proceso.

Evaluar trabajo final.

Presentar trabajo a supervisores o clientes.

3.2. Areas de Medios:

Confeccionar y llevar control de presupuestos

Realizar pautas de anuncios

Revisar monitoreo de publicidad

Realizar informes de competencia.

3.3. Area de Arte:

Realizar bocetos de anuncios

Diagramar páginas de anuncios

Armar artes finales.

3.4. Area Creativa:

Redactar textos y guiones

3.5. Area de Producción (radio y TV)

Participar en confección de escenografía

Participar en producción de programas.

#### **2.4. Funciones del Comunicador Radiofónico**

La comunicación radiofónica, es una de las de mayor importancia por la rapidez y la gran cobertura que alcanza; es interesante y siempre parece nueva y oportuna, señala F. Fraser Bond, en tanto, después que se transmite, que se envía la señal, la misma desaparece para siempre.

La bibliografía consultada y las leyes del país, permiten establecer las funciones de los locutores, pero no, de los técnicos comunicadores radiofónicos; ello no significa, en modo alguno, que existan discrepancias fundamentales.

De esa manera, y de acuerdo a Jimmy García Camargo, (1980) el locutor debe realizar tareas como:

Locutor comercial.

Locutor de noticias.

Animador de programas.

Locutor maestro de ceremonias..

Locutor narrador.

Locutor comentarista.

Locutor actor.

Locutor de cabina: realiza programas musicales, lee boletines informativos.

Coordinar transmisiones a control remoto..

Lanzar discos.

Director de estaciones de radio.

En otro orden de ideas, los diversos roles de un locutor, en las emisoras, según (Claude y Bárbara Hall en su libro Este Negocio de la Programación) son recogidos por Marco Polo Torres (1985) así:

Presentar discos.

Presentar los comerciales en todos los formatos: discos, cartuchos, cassettes, cinta abierta.

"Jingles" de identificación.

Identificación técnica de la emisora.

Transmitir anuncios de servicios públicos incluso en vivo.

Hacer promociones (vivo o grabados).

Anunciar o conducir competencias y concursos (pre-producidos o en vivo).

Hacer reportes específicos del tiempo, deporte, clima.

Hacer noticias en vivo o vía-cadena.

Informar o narrar deportes.

Entretener (introducción de discos, notas de humor)

Dar información variada.

Crear atmósferas especiales.

Conversar con radioescuchas al aire, mediante

el sistema telefónico.

Operar la consola.

Las funciones, desde el punto de vista legal, atribuidas al locutor, aparecen en el Decreto Nº155 de 28 de mayo de 1962, por el cual se regulan los servicios de Radiofusión y Radioaficionados de la República. En dos de sus capítulos, el XIII y XIV se establecen especificaciones al respecto.

"Artículo 53: Se define como Locutor, a aquel empleado profesional de una radiodifusora que desempeña regularmente, ante el micrófono, una o más de las siguientes funciones:

- a. Leer cuñas comerciales, ya sea durante los períodos destinados a la transmisión de los mismos, o dentro de programas musicales o dramatizados.
- b. Presentar programas que, como las de grabaciones, no requieren los servicios de un animador o narrador.
- c. Leer noticiarios, comentarios o programas similares, en la redacción de los cuales no tenga ingerencia ni responsabilidad..

El artículo 62, al tratar sobre los radioperiodistas y comentaristas, también sirve de base



a la determinación de funciones del comunicador radiofónico:

"Artículo 62: Se definen como radioperiodistas o comentaristas de radio a aquellas personas que utilizan tiempo radial, previamente contratado para transmitir regularmente comentarios radiales o radioperiodísticos de diversa índole."

Además, en el acápite g del artículo 54 del mismo decreto, se establece la necesidad de "grado académico" para ejercer la licencia de locutor, situación que incide directamente en el compromiso formativo de la Facultad.

La concepción que la Facultad de Comunicación Social tiene de esta carrera y de las funciones del profesional, se encuentra presente en el Plan de Estudio de 1974 y 1984. Al respecto, en el Plan de 1974 se establece:

"1. Generalidades:

Esta carrera intermedia prepara profesionales para desempeñarse en cualquiera de las labores propias de las emisoras de radio, incluso la de locutores.

2. Objetivos Generales:

Formar profesionales capaces de manejar el equipo de la estación de radio, preparar programas, redactar textos informativos y publicitarios y leer los diversos materiales."(1)

---

(1) Plan de Estudios. Técnico en Comunicación Radiofónica. 1974.

De manera más explícita, el nuevo Plan de Estudios define las funciones del comunicador radiofónico en el Perfil del Egresado.

"Perfil del Egresado.

Al concluir la carrera de Comunicador Radiofónico, el estudiante debe estar en capacidad de poseer los conocimientos, recursos técnicos y metodológicos que lo habiliten para:

Afianzar los valores culturales de la nación, sobre la base del conocimiento de las diversas manifestaciones y formas de vida del panameño.

Manejar y conservar el material y equipo básico de una estación de radio.

Expresarse verbalmente con fluidez, entonación y modulación que le permita la transmisión adecuada de los mensajes.

Desarrollar habilidades para captar y mantener la atención del público.

Redactar y divulgar mensajes en forma adecuada, tanto comerciales como no comerciales.

Elaborar y dirigir programas con diferentes propósitos: educativos, recreativos, informativos, etc.

Aplicar principios ético-morales en el desempeño de sus funciones como comunicador radiofónico."(1)

Desde la perspectiva de la Escuela de Radiodifusión, se establece las siguientes labores del estudiante de Práctica Profesional.

---

(1) Plan de Estudios de Comunicador Radiofónico. 1984.

LABORES DEL ESTUDIANTE DE PRACTICA PROFESIONAL EN LAS EMPRESAS

RADIODIFUSION

Lugares de Práctica:

Radioemisoras

1. Redactar noticias radiales..
2. Redactar cuñas publicitarias para radio.
3. Transmitir noticias, cuñas comerciales y mensajes diversos.
4. Hacer comentarios radiales.
5. Narrar y actuar en series, novelas y otros.
6. Lanzar discos.
7. Animar y conducir competencias, concursos, eventos.
8. Producir y dirigir programas radiales.
9. Operar equipos de estudios centrales.
10. Operar equipos de grabación.
11. Coordinar transmisiones a control remoto.
12. Archivar material radiofónico.

### **3. LABORES DEL ESTUDIANTE DE PRACTICA PROFESIONAL EN LAS EMPRESAS Y SU RELACION CON LOS NUEVOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIOS**

Uno de los aspectos de gran interés en este estudio, consiste en poder determinar el tipo de relaciones entre la estructura y orientaciones del curriculum, a nivel de planes y programas, con respecto a las actividades laborales del estudiante en las empresas durante la Práctica Profesional.

A partir de la Lista de Labores del estudiante, se procede a analizar dichas relaciones; se advierte no obstante, que se trata de una aproximación al análisis de los planes y en modo alguno un juicio definitivo. De igual forma, se reconoce que la Lista de Labores del Estudiante, no refleja todo el posible quehacer, incluso, en algunos casos podría parecer insuficiente; no obstante, es un punto de llegada de las experiencias vividas y un punto de partida, en este momento en que se verifican esfuerzos por el ordenamiento académico de la Facultad, y con ellos, de la Práctica Profesional.

Desde esta premisa se hace un análisis de cada una de las actividades de Práctica Profesional, con respecto a: Perfiles de Egresado, Objetivos de Carreras y Estructura Organizativa de los Planes de Estudios.

Se profundiza en aspectos de secuencia, integración y continuidad mediante el análisis de los objetivos y contenidos de los programas de las asignaturas, especialmente, de aquéllos directamente relacionados con la Práctica Profesional.

De dicho análisis se desprende un conjunto de características distintivas que se presentan a continuación, con su respectiva ejemplificación por carreras.

- El análisis realizado entre rasgos de Perfil de Egresado y las Labores de Práctica Profesional, permite establecer la existencia de relaciones directas en ambas propuestas, en casi todas y cada una de las carreras y (excepción de Periodismo) situación que es positiva desde el punto de vista curricular. Lo importante de la correspondencia que se aprecia entre ambos (Véanse Cuadros 11, pág.244, 12, pág. 245-6, 13, pág.247-8, y 14, pág.249) radica, en cuanto al esfuerzo formativo se orienta a la adquisición de determinados conocimientos y habilidades profesionales que se requieren al momento de la práctica. El análisis de los cuadros antes citados, permite advertir cierta concentración de actividades de la lista, en determinados Rasgos de Perfil.

CUADRO No.11

Relación entre Rasgos de Perfil del Egresado, Labores a Realizar en las Empresas y Asignaturas  
Carrera: Licenciatura en Periodismo. 1984

Rasgos de Perfil del Egresado	Labores a Realizar en las Empresas	Asignaturas Directamente Relacionadas
1. Comprender los fenómenos sociales, económicos, políticos, culturales y su incidencia en la vida del hombre.	2.1. Labor informativa: reportismo redactor reportero, redactor de planta cobertura de eventos, recepción telefónica de noticias.	Metodología de la Investigación, Opinión Pública.
2. Investigar, analizar e interpretar la problemática de la profesión periodística en Panamá.	2.2. Labor editorial y de periodismo especializado: editorial, artículo, columnas, reportajes.	
3. Dedicarse a la búsqueda y redacción de noticias, producción en los medios noticiosos, información gráfica y comentarios en los medios.	3.1. Labor informativa: reportismo, redactor reportero, redactor de planta cobertura de eventos, recepción telefónica de noticias, periodismo gráfico, secretaría de redacción, presentación de noticias, comentarios y editoriales.	Técnica de Información I, II y III, Fotografía Periodística, Radioperiodismo y Periodismo Audiovisual, Periodismo Especializado I, II, Propaganda, Diagramación, Literatura y Periodismo, Periodismo interpretativo y de opinión.
4. Actuar con sentido crítico en asuntos teóricos y prácticos, relacionados con el manejo de la información en los medios de comunicación social en Panamá y el mundo.	3.2. Labor editorial y de periodismo especializado: editorial, artículos, columnas, reportajes.	
5. Dedicarse de manera crítica y creadora a la labor profesional de información periodística en las oficinas de prensa y de relaciones públicas de las instituciones públicas y privadas y en las funciones que determina la ley, sobre el ejercicio del periodismo en Panamá.		

Fuente: Planes y Programas de Estudios. Licenciatura en Periodismo. 1984.

CUADRO N<sup>o</sup>.12

**Relación entre Rasgos del Perfil del Egresado, Labores a Realizar en las Empresas y Asignaturas**  
Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.

Rasgos del Perfil del Egresado	Labores a Realizar en las Empresas	Asignaturas Directamente Relacionadas
<p>1. Valorar y enriquecer la cultura nacional como base de la identidad panameña.</p> <p>2. Comprender los fenómenos sociales, económicos, políticos y culturales y su incidencia en la vida del hombre.</p> <p>3. Demostrar una actitud crítica, reflexiva.</p> <p>4. Creadora frente al desempeño de su trabajo profesional y al medio en el cual se desenvuelve.</p> <p>5. Actuar con sentido ético de acuerdo a las normas y valores que rijan la profesión y convivencia social.</p> <p>6. Mantener y fomentar relaciones interpersonales positivas en los grupos sociales.</p> <p>7. Investigar, analizar e interpretar las opiniones, actitudes y comportamiento de los diversos públicos que están relacionados con la empresa.</p> <p>8. Planificar y evaluar planes, programas, campañas e investigaciones de su especialidad.</p>	<p>6.1. Desarrollar actividades de comunicación verbal-oral.</p> <p>6.2. Organizar eventos especiales.</p> <p>7.1. Investigar la situación de los RRPP en la empresa: métodos informales y formales.</p> <p>8.1. Elaborar el Programa General de Comunicaciones.</p>	<p>- Relaciones Humanas en la Organización.</p> <p>- Organización de eventos especiales.</p> <p>- Protocolo - Dinámica de Grupos.</p> <p>- Opinión Pública</p> <p>- Técnica de Investigación para RRPP.</p> <p>- Casos y problemas de RRPP.</p> <p>- Informática.</p> <p>- Planificación en Relaciones Públicas</p> <p>- Opinión Pública</p> <p>- Informática.</p>

Rasgos del Perfil del Egresado	Labores a Realizar en las Empresas	Asignaturas Directamente Relacionadas
9. Asesorar a la Administración de la empresa gubernamental y privada en actividades de comunicación organizacional y pública.	9.1. Investigar la situación de RRPP en la empresa. 9.2. Evaluar el programa de comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones públicas en la empresa estatal.</li> <li>- Relaciones públicas en la empresa privada.</li> <li>- Técnica de Investigación para RRPP.</li> <li>- Opinión Pública.</li> </ul>
10. Supervisar y/o evaluar campañas publicitarias que realice la empresa.	10.1. Evaluar el programa de comunicaciones. 10.2. Investigar la situación de RRPP en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnica de Investigación para RRPP.</li> <li>- Publicidad Institucional.</li> <li>- Opinión Pública.</li> </ul>
11. Supervisar y/o elaborar las informaciones para las publicaciones de la empresa y medios de comunicación.	11.1. Desarrollar actividades de comunicación verbal escrita.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacción para Relaciones Públicas</li> <li>- Fotografías para Relaciones Públicas</li> <li>- Técnica Gráfica para RRPP</li> <li>- Técnica de Comunicación para RRPP</li> <li>- Técnica de Radio y TV para RRPP</li> </ul>
12. Aplicar los medios y técnicas de comunicación social adecuadas al desarrollo empresarial en el contexto de la realidad nacional.	12.1. Investigar la situación de los RRPP en la empresa. 12.2. Elaborar el programa general de comunicaciones. 12.3. Desarrollo de actividades de comunicación verbal-oral. 12.4. Desarrollar actividades de comunicación verbal-escrita. 12.5. Organizar eventos especiales. 12.6. Evaluar el Programa de Comunicaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Técnica de Investigación para RRPP</li> <li>- Planificación de RRPP</li> <li>- Redacción para RRPP</li> <li>- Técnica gráfica para RRPP</li> <li>- Técnica de Comunicación para RRPP</li> <li>- Técnica de Radio y TV para RRPP</li> <li>- Organización de eventos especiales</li> <li>- Protocolo</li> <li>- Casos y problemas de RRPP</li> <li>- Informática</li> <li>- Fotografía para Relaciones Públicas</li> <li>- Dinámica de Grupos.</li> </ul>
13. Poseer una actitud de superación personal y profesional permanente.		

FUENTE: Planes y Programas de Estudio. Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.



CUADRO N°.13

Relación entre Rasgos del Perfil del Egresado, Labores a Realizar en las Empresas y Asignaturas  
Carrera: Licenciatura en Publicidad. 1984.

Rasgos del Perfil del Egresado	Labores a Realizar en las Empresas	Asignaturas Directamente Relacionadas
<p>Al concluir la carrera el Licenciado en Publicidad deberá estar en capacidad de disponer de suficiente conocimiento teórico-práctico que lo habiliten para:</p> <p>1. La creación de campañas de tipo promocional e institucional.</p>	<p>AREA CREATIVA</p> <p>1.1. Participar en equipos que trabajan en la concepción de campañas.</p> <p>1.2. Redactar textos y guiones.</p> <p>1.3. Visualizar ideas.</p> <p>1.4. Redactar razonamientos.</p> <p>AREA DE ARTE</p> <p>2.1. Realizar bocetos de anuncios</p> <p>2.2. Diagramar páginas de anuncios</p> <p>2.3. Realizar diseños</p> <p>2.4. Armar artes finales.</p> <p>AREA CREATIVA</p> <p>3.1. La redacción de textos con fines publicitarios.</p> <p>AREA EJECUTIVA</p> <p>4.1. Supervisar programas de mercadeo</p> <p>4.2. Realizar y participar en trabajos de investigación de mercado (encuestas)</p> <p>AREA EJECUTIVA</p> <p>5.1. Supervisar programas de Mercadeo</p> <p>5.2. Realizar y participar en trabajos de investigación de mercado (encuestas)</p> <p>AREA DE MEDIOS</p> <p>5.3. Realizar informes de competencia</p> <p>5.4. Revisar monitoreo de publicidad.</p>	<p>- Campañas</p> <p>- Creatividad</p> <p>- Redacción Publicitaria</p> <p>- Opinión Pública</p> <p>- Psicología Publicitaria</p> <p>- Técnica de Ilustración y Diseño.</p> <p>- Seminario de Creatividad.</p> <p>- Técnicas de Ilustración y Diseño</p> <p>- Artes Gráficas</p> <p>- Fotografía Publicitaria I y II.</p> <p>- Redacción Publicitaria</p> <p>- Investigación de Mercado</p> <p>- Mercadotecnia</p> <p>- Análisis Publicitario</p> <p>- Opinión Pública.</p> <p>- Investigación de Mercadeo</p> <p>- Mercadotecnia</p> <p>- Análisis Publicitario</p> <p>- Estrategias de Medios</p> <p>- Promoción y Ventas.</p>

Rasgos del Perfil del Egresado	Labores a Realizar en las Empresas	Asignaturas Directamente Relacionadas
6. La compra de espacios en los medios de comunicación con criterio científico y técnico.	<p>AREA DE MEDIOS</p> <p>6.1. Confeccionar y llevar control de presupuestos.</p> <p>6.2. Realizar pautas de anuncios</p> <p>6.3. Revisar monitoreo de publicidad</p> <p>6.4. Realizar informes de competencia</p> <p>6.5. Revisar cuentas de medios para facturación y/o pago.</p>	Medios de Comunicación
7. La administración de agencias publicitarias y oficinas de publicidad de empresas e instituciones.	<p>AREA EJECUTIVA</p> <p>7.1. Asistir a reuniones con clientes y agencias de publicidad.</p> <p>7.2. Redactar informes de contacto</p> <p>7.3. Trasmittir órdenes de trabajo e instrucciones pertinentes.</p> <p>7.4. Ayudar a supervisar trabajos en proceso</p> <p>7.5. Evaluar trabajo final</p> <p>7.6. Presentar trabajos a supervisores o clientes.</p> <p>7.7. Supervisar programas de mercadeo.</p>	<p>- Administración Publicitaria</p> <p>- Opinión Pública</p> <p>- Análisis Publicitario.</p>
8. La participación crítica creativa y analítica frente a problemas nacionales de índole social y económica.		
9. Proyectar su acción profesional dentro de un marco de referencia ético-moral.		

FUENTE: Planes de Estudios. Licenciatura en Publicidad. 1984.

CUADRO N.º. 14

Relación entre Rasgos del Perfil del Egresado, Labores a Realizar en las Empresas y Asignaturas

Carrera: Técnico Comunicador Radiofónico. 1984

RASGOS DEL PERFIL DEL EGRESADO	LABORES A REALIZAR EN LAS EMPRESAS	ASIGNATURAS DIRECTAMENTE RELACIONADAS
1. Afianzar los valores culturales de la nación sobre la base del conocimiento de las diversas manifestaciones y formas de vida del panameño.		
2. Manejar y conservar el material y equipo básico de una estación de radio.	2.1. Operar equipos de estudios centrales. 2.2. Operar equipos de grabación. 2.3. Coordinar transmisiones a control remoto. 2.4. Archivar material radiofónico.	Técnica de Radio Organización técnica de material radiofónico.
3. Expresar verbalmente con fluidez, entonación y modulación que le permita la transmisión ordenada de mensajes.	3.1. Transmitir noticias, cuñas comerciales y mensajes diversos. 3.2. Hacer comentarios radiales. 3.3. Narrar y actuar en series, novelas y otros.	Fonoaudiología Elocución y actuación radiofónica.
4. Desarrollar habilidades para captar y mantener la atención del público.	4.1. Transmitir noticias cuñas comerciales y mensajes diversos. 4.2. Hacer comentarios radiales. 4.3. Narrar y actuar en series, novelas y otros. 4.4. Animar y conducir competencias, concurso y eventos. 4.5. Lanzar discos.	Elocución y actuación radiofónica. Promoción radial.
5. Redactar y divulgar mensajes en forma adecuada tanto comerciales como no comerciales.	5.1. Redactar noticias radiales. 5.2. Redactar cuñas publicitarias.	Radioperiodismo Publicidad radial
6. Elaborar y dirigir programas con diferentes propósitos educativos; recreativos, informativos, etc.	6.1. Producir y dirigir programas radiales.	Dirección y producción de programas radiales Radio educativa.
7. Aplicar principios ético-morales en el desempeño de sus funciones como comunicador radiofónico.		

El Perfil del Egresado es una propuesta de gran alcance y será un error pretender esquematizar, todas y cada uno de sus implicaciones; además, este tipo de rasgos de carácter formativo de hábitos, actitudes y valores, se constituyen en la base de toda la formación y por su carácter subjetivo resultaría una falacia, la fragmentación artificial de las mismas.

A pesar de lo anterior, se reconoce la posibilidad de establecer algunas conductas derivadas de tales enunciados; estas conductas relacionadas con el área socio-afectiva deben ser incorporadas en cualquier proyecto educativo, de forma tal que contribuya a la formación integral del alumno.

Entre estos aspectos, relativos a los hábitos y actitudes que podrían ser incorporados explícitamente a la Lista de Actividades o cualquier otro instrumento de supervisión de la Práctica Profesional, se cuentan: demostrar sentido de ética en su trabajo, responsabilidad, interés, puntualidad, orden, perseverancia, respeto a sus semejantes, cooperación, cortesía y buenos modales, y otros.

Con relación a la consideración de criterios valorativos, acerca del compromiso del alumno con el fomento y desarrollo de la cultura nacional,

el desarrollo socio-económico, la comprensión de los problemas de la nación y otro tipo de formulaciones, es preciso destacar la necesidad de una orientación a la Práctica Profesional, que permita determinar el contenido, la calidad del trabajo del alumno al respecto. Se reconoce, que en la actualidad no se han establecido los mecanismos para este tipo de análisis y orientación; de igual forma, la Lista de Actividades, es apenas, un recuento de tareas, sin que medien en ella, criterios acerca del contenido de tales productos laborales.

Por todo lo anteriormente señalado, se requiere una reformulación de los criterios orientadores de la Práctica Profesional, a fin de que se incorporen los elementos valorativos, de hábitos y actitudes que, según el Perfil del Egresado, distinguirían a los egresados de las distintas carreras de la Facultad.

Este análisis denota, además, la necesidad de una reformulación del Perfil del Egresado de la Licenciatura en Periodismo que aparece muy general y orientado, sólo a algunas de las funciones profesionales, especialmente, a la de recolección y elaboración de noticias; no se percibe la relación con aspectos técnico y administrativo.

El estudio de las funciones profesionales del Periodista, se presenta exigente, amplio y cada vez más, en una dirección hacia la especialización, según campos laborales y esferas de la vida. Por ello, se requiere la necesidad de reformular tal Perfil, a fin de que el mismo se constituya en un elemento más orientador, sobre todo, cuando, a nivel del propio Plan de Estudio y de los Programas de Asignatura, se expresa una dimensión más integral y actualizada de las funciones del futuro egresado.

- Las relaciones entre los objetivos de las Carreras y las Listas de Actividades de Práctica Profesional, son casi directas y similares a las anteriormente analizadas en los Planes de Relaciones Públicas y Radiodifusión. (Véanse Cuadros Nos. 15, pág. 253, y 16, en la pág. 154). Se observa una reiteración en la formulación de ambos elementos: perfiles y objetivos de carrera. En el caso de Periodismo y Publicidad, se dificulta la determinación de estas relaciones, ya que el tipo de formulación de objetivos de carrera, es sumamente genérico y no define la naturaleza de la formación.

En este sentido, se pone de manifiesto la necesidad de reformular la presentación de los

**Relación entre Objetivos de la Carrera y Actividades de Práctica Profesional****Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984**

Objetivos de la Carrera	Actividades de Práctica Profesional
<p>Al concluir la carrera se espera que el estudiante logre:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Valorar la importancia de la utilización de los procesos científicos, investigación y diagnóstico integral para el conocimiento del campo de RRPP tanto a nivel gubernamental como privado: sus problemas y alternativas.</li> <li>2. Diseñar planes, programas, campañas de RRPP para su ejecución y evaluación en correspondencia con las necesidades y posibilidades de los públicos, empresas y el país en una perspectiva transformadora.</li> <li>3. Expresar en su desenvolvimiento profesional los valores, principios y normas éticas de convivencia social y del ejercicio profesional.</li> <li>4. Demostrar una actitud crítica, analítica y constructiva frente a los problemas del país la comunicación social, la labor de Relaciones Públicas y su papel en el proceso de cambio social.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigar la situación de las RRPP en la empresa.               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Mediante métodos informales.</li> <li>1.2. Mediante métodos formales.</li> </ol> </li> <li>2. Planificar               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Elaborar el Programa General de Comunicaciones.</li> </ol> </li> <li>3. Comunicar               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Desarrollar actividades de comunicación verbal-oral.</li> <li>3.2. Desarrollar actividades de comunicación verbal-escrita.</li> <li>3.3. Organizar eventos especiales.</li> </ol> </li> <li>4. Evaluar el Programa de Comunicaciones               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Aplicar métodos formales de evaluación.</li> <li>4.2. Establecer conclusiones.</li> <li>4.3. Hacer ajustes e innovaciones.</li> </ol> </li> </ol>

FUENTE: Plan de Estudios. Licenciatura en Relaciones Públicas. 1984.

CUADRO Nº.16

**Relación entre Objetivos de la Carrera y Actividades de Práctica Profesional**

**Carrera: Técnico Comunicador Radiofónico. 1984**

Objetivos de la Carrera	Actividades de Práctica Profesional
<p>Al concluir la carrera se espera que el estudiante logre:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprender el papel de la Radio-difusión y su importancia como vehículo para contribuir al desarrollo y transformación social.</li> <li>2. Aplicar los fundamentos teóricos y técnicos al manejo, uso y conservación del equipo de radiodifusión.</li> <li>3. Demostrar fluidez y dominio del idioma en la labor de redacción y elocución radiofónica.</li> <li>4. Diseñar y ejecutar programas de radio dirigidos a diferentes públicos con propósitos diversos: culturales, recreativos, infantiles.</li> <li>5. Demostrar actitud reflexiva, crítica y constructiva frente a los problemas del país.</li> <li>6. Valorar los principios éticos que deben regir la vida personal, profesional y comunitaria.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Operar equipos de estudios centrales.</li> <li>2.2. Operar equipos de grabación.</li> <li>2.3. Coordinar transmisiones a control remoto.</li> <li>2.4. Archivar material radiofónico</li> <li>3.1. Redactar noticias radiales.</li> <li>3.2. Redactar cuñas publicitarias</li> <li>3.3. Transmitir noticias, cuñas comerciales y mensajes diversos.</li> <li>3.4. Hacer comentarios radiales.</li> <li>3.5. Narrar y actuar en series, novelas y otros.</li> <li>3.6. Animar y conducir eventos, competencias y concursos.</li> <li>4.1. Producir y dirigir programas radiales.</li> <li>4.2. Lanzar discos.</li> </ol>

FUENTE: Plan de Estudios. Carrera de Técnico Comunicador Radiofónico. 1984.



Objetivos de las Carreras, a fin de que se establezcan con claridad los mismos y no se repita, como en la presente, la presentación de Rasgos de Perfil de Egresados por Objetivos de Carrera; de igual forma se requiere reformular los objetivos de Publicidad y Periodismo.

- En todas las carreras, las asignaturas consideradas dentro de la línea curricular de Básicas de Especialidad y Avanzadas de Especialidad se encuentran directamente relacionadas con las actividades de Práctica Profesional.

Esto es significativo, porque muestra la justificación que cada una de tales asignaturas encuentran como parte del Plan y en función de las actividades de ejercicio profesional. Puede observarse, además, la relación directa de algunas asignaturas de la línea curricular de Ciencias Sociales Básicas que sirven de apoyo a las labores Práctica Profesional; por ejemplo, en Relaciones Públicas la asignatura de Relaciones Humanas en la Organización; en Publicidad, la asignatura Psicología Publicitaria y en Radiodifusión, la asignatura de Fonoaudiología. (Véase Cuadro Nº17 en la pág. 256 ).

En relación a asignaturas de la línea curricu-

CUADRO Nº.17

Asignaturas Directamente Relacionadas con las Actividades de Práctica Profesional,  
según Líneas Curriculares. Por Carrera. 1984

L I N E A S C U R R I C U L A R E S				
Carrera	Cultura General	Ciencias Sociales Básicas	Básicas de Especialidad	Avanzadas de Especialidad
Licenciatura en Periodismo	Técnica de Investigación.		Técnica de la Información I, II y III Fotografía Periodística, Periodismo Especializado I y II, Propaganda, Diagramación.	Radioperiodismo y Periodismo Audiovisual, Opinión Pública, Literatura y Periodismo, Periodismo Interpretativo y de Opinión.
Licenciatura en Relaciones Públicas.	Técnica de Investigación para Relaciones Públicas.	Relaciones Humanas en la Organización.	Redacción para RRPP, Publicidad Internacional, Técnica Gráfica para RRPP, Fotografía para RRPP, Protocolo, Técnica de comunicación, Técnica de Radio y TV RRPP, Relaciones Públicas en la Empresa Estatal, Relaciones Públicas en la Empresa Privada, Casos y problemas de RRPP, Planificación de RRPP, Organización de Eventos, Redacción de Publicitaria, Técnica de Ilustración y Diseño.	Opinión Pública.
Licenciatura en Publicidad	Investigación de Mercado.	Psicología Publicitaria.	Fotografía Publicitaria, Artes Gráficas, Mercadotecnia, Estrategias de Medios, Creatividad, Producción Publicitaria, Análisis Publicitario, Campañas, Administración Publicitaria Promoción y Ventas, Producción Publicitaria.	Opinión Pública
Técnico Comunicador Radiofónico		Fonoaudiología	Elocución y Actuación Radiofónica, Técnica de Radio, Organización Técnica de Material Radiofónico, Dirección y Producción de Programas Radiales, Promoción Radial.	Radioperiodismo Publicidad Radial.

FUENTE: Planes de Estudio. 1984

lar de Cultura General, se puede apreciar que ésta se verifica, a través de las asignaturas que proveen conocimientos, actitudes y habilidades para el desarrollo de la investigación social, de la cual se derivan las informaciones necesarias para la planificación y ejecución de las labores de Práctica Profesional. En este sentido, en Periodismo se encuentra Metodología de la Investigación, en Relaciones Públicas, Técnica de Investigación para Relaciones Públicas e Informática y en Publicidad, la Investigación de Mercado.

El resto de las asignaturas del Plan proveen elementos contextuales para el adecuado ejercicio de las labores profesionales, referidos especialmente a contenidos de la comunicación.

- La relación de la cantidad de asignaturas y créditos y su participación directa en la adquisición, por parte del alumno, de los conocimientos y habilidades profesionales se muestra diferenciada, según las carreras. (Véase Cuadro Nº18 en la pág. 258 ). Del análisis del mismo cuadro se puede apreciar que la mayor relación entre labores de Práctica Profesional y créditos se verifica en Publicidad con un 47% del total, le siguen Relaciones Públicas con 45.5%, Perio-

CUADRO Nº.18

**ASIGNATURAS DIRECTAMENTE RELACIONADAS CON EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES  
DE PRACTICA PROFESIONAL SEGUN CANTIDAD, NUMERO DE CREDITOS Y PORCENTAJE  
DE ESTOS EN RELACION AL PLAN DE ESTUDIO POR CARRERA.**

PLANES DE ESTUDIO DE LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL. 1984

C A R R E R A S	ASIGNATURAS			CREDITOS		
	Total	Directamente Relacionadas		Total	Directamente Relacionados	
		Nº	%		Nº	%
Licenciatura en Periodismo	33	13	39.3	169	69	40.8
Licenciatura en Relaciones Públicas.....	36	17	47	178	81	45.5
Licenciatura en Publicidad	35	16	45.7	172	81	47
Técnico Comunicador Radio- fónico .....	22	9	40	105	39	37.1

FUENTE: Planes de Estudio. 1984.

dismo con 40.8% y Radiodifusión con 37%. Lo anterior parece indicar la necesidad de revisar los contenidos del resto de las asignaturas, a fin de que apoyen, también, el proceso.

- La secuencia y continuidad de los aprendizajes requeridos para el desarrollo efectivo de la Práctica Profesional, se ve influido por la organización de las materias en el Plan. El análisis realizado permite establecer que existe un significativo peso, en la cantidad de asignaturas y créditos que se relacionan directamente con la Práctica Profesional, que se ubican en el II, III y IV año de la carrera, aún en el semestre en que ésta se realiza. (Véase Cuadro N°19 en la pág. 261).

En el caso de las asignaturas de los cursos en II y III año, puede verse como positivo en tanto, permite al alumno lograr previamente, los aprendizajes requeridos para la Práctica. Sin embargo, cuando no se presenta continuidad, entre tales asignaturas de un año a otro, se produce una ruptura, un vacío formativo que podría afectar la aplicación de conocimientos en el momento final de la Práctica. Esto se observa en todas las carreras, situación que

hace necesaria una revisión de las asignaturas, de tal manera que se garantice la progresiva consolidación de aprendizaje, y mejor aún, una etapa previa a la práctica, en la cual, se verificará un espacio de síntesis, de tipo interdisciplinario, para integrar todos los aprendizajes previos. De lo contrario, es difícil garantizar que el alumno domine, a cabalidad, en el último semestre de su carrera, los conocimientos y habilidades, que una vez aprendió en segundo año y que no fueron retomados.

Por ejemplo, en la carrera de Licenciatura en Periodismo, Propaganda, Diagramación y Radioperiodismo, no se retoman posteriormente en el IV año.

En Relaciones Públicas, se presentan las asignaturas: Publicidad Institucional y Técnica Gráfica en segundo año, cuyos contenidos, no son retomados luego y que sin embargo, se relacionan directamente con actividades laborales. Ya en tercer año, se introduce otro grupo importante de asignaturas: Técnica de Comunicación, Técnica de Radio y TV, Técnica de Investigación, que no son retomados en el año siguiente.

CUADRO Nº.19

Asignaturas que Apoyan Directamente la Práctica Profesional; por Carrera,  
Según año de Estudio y Créditos.

Planes de Estudios de la Facultad de Comunicación Social. 1984.

CARRERA	I AÑO Asignatura	II AÑO Asignatura	III AÑO Asignatura	IV AÑO Asignatura	Créd.	Créd.	Créd.	TOTAL
Licenciatura en Periodismo		Técnica de Inform. I Fotograf. Periodística Metodol. de Investig.	Téc. de Inform. II RadioPeriod. y Period.Aud. Opinión Pública Period.Especializado I Propaganda Diagramación Literatura y Periodismo	Téc. de Inform.III Period. Especializado II Periodismo Interpretativo y de Opinión	16 6 3 6	36 6 6 6 6 3 6 3	18 6 6 6	CREDITOS
Licenciatura en Relaciones Pú- blicas.		Redacción para RPP Public. Institucional Téc. Gráf. para RPP Fotografía para RPP Dinámica de Grupos Protocolo	Téc. de Comun. para RPP Téc. de Radio y TV p'RPP Relac.Hum. en la Organiz. Relac.Hum.en la Ent.Estad. Relac.Púb.en la Ent.Priv. Téc.de Inv. de RPP Casos y Problemas de RPP	Informática Opinión Pública Planificación de RPP Organización de Eventos Especiales	24 6 6 6 3 3 6 3	33 6 6 6 3 3 6 3	24 6 6 6 6	69
Licenciatura en Publicidad	Psicología Pu- blicitaria	Redacción Publicitaria Téc.de Ilust. y Diseño Fotografía Publicitaria Artes Gráficas Merchandotécnica	Investigación de mercado Estrategias de medios Creatividad Opinión Pública Prod.Public.(Cine-Rad.TV) Fotografía Publicitaria	Análisis Publicitario Campañas Administ. Publicitaria Promoción y Ventas Produc. Publicitaria Crea- tividad o Merchdot.(San.)	24 6 6 3 6 6 3	33 6 6 6 6 6 3	24 3 6 6 6 3	81
Técnico Comuni- cador Radio		Elocución y Actuación Rd. Fonovideología Radioperiodismo Técnica de Radio Publicidad Radial	Organización Técnica de material Radiofónico Radio Educativa Producción y Dirección de Programas Radiales Promoción		24 6 3 6 3 6	15 3 3 3 6		39

FUENTE: Planes y Programas de Estudio. 1984.

En Publicidad, en segundo año se ofrece Redacción Publicitaria, materia de gran interés, en la que no se profundiza más, en el resto de la carrera; igual ocurre con Mercadotècnica.

En el caso de Radiodifusión, asignaturas de gran importancia como Radioperiodismo y Elocución y Actuación no son continuados en el año siguiente, situación que puede afectar la aplicación de tales conocimientos.

- La secuencia y continuidad se ve afectada, en algunos casos, en cuanto aparecen asignaturas, cuyos contenidos son de tipo genérico, introductorio, en años posteriores, a otros que son de aplicación de tales conocimientos o relacionados con ellos. Al respecto, tenemos que en Relaciones Públicas las materias de Relaciones Públicas en la Empresa Privada y Relaciones Públicas en la Empresa Estatal, son de tipo introductorio y no deben coincidir con las asignaturas de tercer año, en donde, ya se introducen conocimientos de aplicación al trabajo, en tales empresas.

En Publicidad, las asignaturas de Estrategia de Medios y Creatividad, también, poseen ese carácter genérico y no favorecen la consoli-



ción de aprendizajes en tercer año.

- Al relacionar las asignaturas con las labores de Práctica Profesional, se deriva una característica: que algunas de ellas, sirven como apoyo a varias actividades; mientras se presentan asignaturas que apoyan el desarrollo de una actividad específica. Esto permite advertir la necesidad de revisar la estructura de tales asignaturas y su contenido, ya que no parece justificado, dedicar tal cantidad de horas-créditos, en la adquisición de una habilidad específica. De alguna manera se percibe la fragmentación de asignaturas que recargan, aún más, los Planes de Estudio; algunas de tales asignaturas, son en realidad temas o área de estudio dentro de otros. Al respecto y como ejemplo tenemos las siguientes asignaturas que apoyan habilidades específicas, según las carreras, que podrían dar lugar a integraciones; en Relaciones Públicas, se percibe repeticiones en: Redacción y Técnica de Radio y Televisión; de igual forma, se observan coincidencias, en cuanto a Organización de Eventos y Protocolo.

En la carrera de Publicidad, se advierte repeticiones entre materias, como Introducción a la Publicidad y Medios de Comunicación, Administración Publicitaria y Promoción y Ventas y entre Investigación de Mercado y Análisis Publicitario.

En la carrera de Técnico Comunicador Radiofónico, se observaron repeticiones entre Fonoaudiología y Elocución y Actuación Radiofónica y entre Producción y Dirección de Programas Radiales y Radio Educativa.

No se trata de eliminar la riqueza conceptual en tales asignaturas, sino de revisar e integrar aquellos objetivos y contenidos que se repiten.

## **CAPITULO IV**

### **CRITERIOS ORIENTADORES PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PRACTICA PROFESIONAL**

## 1. NATURALEZA DE LOS CRITERIOS PROPUESTOS

A partir del concepto de integración curricular se plantea un conjunto de orientaciones dirigidas al mejoramiento de la Práctica Profesional en sus diferentes momentos: planeamiento, conducción y evaluación.

Los criterios esbozados, son el producto del análisis de la información recogida, acerca de la Práctica Profesional y resultan en parte, del trabajo conjunto con los administrativos y docentes de la Facultad que colaboraron en el estudio. Se trata de propuestas con diferente grado de innovación o cambio; unas introducen elementos realmente nuevos y otros, apuntan al reordenamiento de las experiencias existentes. En todos los casos, tales medidas inciden sobre el alumno, los docentes de Práctica Profesional y de materias básicas y avanzadas de especialidad, sobre las autoridades administrativas y las empresas a las cuales acuden los estudiantes. Es posible que se estime que algunas propuestas pudiesen introducir transformaciones más radicales, sin embargo, se debe considerar el estado actual de la Práctica Profesional; así, estas propuestas marcan un punto de partida y tal vez, espacios intermedios entre lo vigente y una situación futura de óptimo nivel de desarrollo.

## **2. CRITERIOS RELATIVOS AL PLANEAMIENTO DE LA PRACTICA PROFESIONAL**

A continuación se presenta una serie de criterios que tienden a introducir mejoras en las propuestas de Práctica Profesional, en cuanto a planes y programas.

### **2.1. Ajustes a los Planes de Estudio.**

El análisis de los Planes de Estudio y Programa en relación con los fundamentos teóricos y las experiencias prácticas recogidas en este trabajo, conducen a la necesidad de efectuar una serie de ajustes que beneficiarían la formación ofrecida. Estos ajustes se orientan en varios sentidos: integración de asignaturas para evitar repeticiones innecesarias fortalecimiento de materias en términos de horas-crédito o de áreas de contenido en sus programas, eliminación de materias que no encuentran justificación o de áreas de contenido que aparecen repetidas, o excesos y reordenamiento de la secuencia y continuidad de algunas asignaturas.

Para cada uno de los Planes de Estudio, se presentan las sugerencias en esta dirección, las cuales se aprecian a continuación.

- Integración de asignaturas: El análisis de los planes permite establecer la existencia de una tendencia a fragmentar los conocimientos en diversidad de asignaturas que si se analizan a lo interno, permiten apreciar la existencia de repeticiones de objetivos y contenidos. La integración de algunas asignaturas, permitiría reducir la cantidad de las mismas, en favor de planes más unificados y menos recargados.

Al respecto, se percibe la necesidad de revisar e integrar las siguientes asignaturas:

- Licenciatura en Relaciones Públicas:
  - . Redacción para Relaciones Públicas, Técnica de Comunicación para Relaciones Públicas y Técnica de Radio y Televisión para Relaciones Públicas.
  - . Organización de Eventos y Protocolo.
- Licenciatura en Publicidad:
  - . Introducción a la Publicidad y Medios de Comunicación.
  - . Administración Publicitaria y Promoción y Ventas.
  - . Investigación de Mercado y Análisis Publicitario.

- Técnico Comunicador Radiofónico:
  - . Fonoaudiología y Elocución y Actuación Radiofónico.
  - . Producción y Dirección de Programas Radiales y Radio Educativa.
- Fortalecimiento de asignaturas en horas-crédito o en términos de áreas de contenido en los programas, por la importancia que revisten en la formación.
- Licenciatura en Periodismo:
  - . Metodología de la Investigación
  - . Radioperiodismo y Periodismo Audiovisual
- Licenciatura en Relaciones Públicas:
  - . Técnica de Investigaciones para Relaciones Públicas
  - . Planificación de Relaciones Públicas.
- Licenciatura en Publicidad:
  - . Campañas
  - . Psicología Publicitaria
  - . Investigación de Mercados, incorporando el Análisis Publicitario.
- Técnico Comunicador Radiofónico:
  - . Producción y Dirección de Programas Radiales

- . Promoción Radial (incorporar un área de lanzar discos).
- Eliminación de asignaturas, al incorporar algunos de los objetivos y contenidos a otras asignaturas; esta sugerencia, si bien aparece radical, es producto de comprobar la falta de relación entre las propuestas de perfil de egresado, objetivos y exigencias de la práctica profesional, con respecto al tipo de aprendizaje que proponen tales asignaturas. Además, los elementos básicos de estas materias se encuentran en otros programas de asignaturas, o bien, podrían incluirse:
- Licenciatura en Relaciones Públicas:
  - . Mercadotécnica
- Licenciatura en Publicidad:
  - . Relaciones Públicas
  - . Análisis Publicitario (incluirse en Investigación de Mercado).
- Técnico Comunicador Radiofónico:
  - . Publicidad Radial.
- Reordenamiento de asignaturas en la estructura del Plan. Uno de los aspectos de mayor importancia en la práctica profesional, es la secuencia



y continuidad que se debe mantener, a lo interno de la propuesta curricular, a fin de garantizar la progresiva adquisición y consolidación de aprendizaje que ésta demanda.

En la presente circunstancia, existe una serie de asignaturas de gran importancia para la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas en la práctica profesional, que requieren reubicación, para que se cumplan mejor los objetivos propuestos.

- Licenciatura en Relaciones Públicas:

Relaciones Públicas en la Empresa Estatal y Relaciones Públicas en la Empresa Privada, por su carácter introductorio, deben ubicarse previamente al III año, en el cual se ofrecen conocimientos de aplicación al trabajo, en tales tipos de empresas.

. Organización de Eventos (b) no debería coincidir con el semestre de Práctica Profesional.

. Planificación de Relaciones Públicas (b) no deberían coincidir en la Práctica Profesional.

- Licenciatura en Publicidad:

. Campañas, Administración Publicitaria

y Promoción y Ventas, no deberían dictarse, sólo en cuarto año y a la par de la práctica profesional (parte b).

- . Creatividad debería ubicarse en segundo año, antes de Técnicas de Ilustración y Diseño y Artes Gráficas.
- . Estrategia de Medios, debería ubicarse también en segundo año, previo a Producción Publicitaria.

- Técnico Comunicador Radiofónico:

- . Promoción Radial, no debería coincidir con la Práctica Profesional.
- . Radio Educativa, no debería coincidir con la Práctica Profesional.

## **2.2. Integración de Actividades de Teoría y Práctica**

El análisis realizado permite establecer que, en los nuevos planes de estudio se concede especial interés a la definición de horas de práctica; estas horas de práctica, aparecen con las denominaciones de práctica de aula y de laboratorios. Dado que estas horas de práctica se adjudican a cada una de las materias del Plan, se presentan como espacios aislados, aún cuando, el análisis

de los objetivos específicos programáticos permite advertir la posibilidad de relaciones; la forma actual conlleva a innecesarias y artificiosas separaciones de las tareas de aplicación, que se realizan en tales horas. En atención a la necesidad de búsqueda de la integración de los aprendizajes, se recomienda la introducción de una innovación de integración de las labores de aprendizajes que se verifican en las horas de práctica de las asignaturas básicas y avanzadas de especialidad.

Esta innovación supone un proceso de planificación interdisciplinaria, entre los docentes responsables de las distintas asignaturas, de tal forma que se procediera a organizar en torno a ejes o asuntos comunes, las distintas actividades de práctica, tanto de aula, como de laboratorio.

De esta manera, el estudiante tendría la posibilidad de usar más racionalmente, el esfuerzo en labores de aplicación, orientados hacia logros de trabajos, en donde cada asignatura aportaría, desde su especialidad, los elementos que serían necesarios para completar las condiciones requeridas en el trabajo indicado.

Esta innovación podría introducirse, desde tercer año y no implica la eliminación de las horas de teoría; por el contrario, éstas se mantienen en la forma prevista pero orientadas a la labor práctica. La diferencia sería la forma como se planifican, orientan y evalúan los trabajos prácticos y la manera en que se concibe la labor teórica.

Este tipo de organización adquiere mayor importancia, en el último año de la carrera, en donde se hace necesario el desarrollo de una cátedra interdisciplinaria de Práctica Profesional que permita el reforzamiento y consolidación de los variados tipos de conocimientos, habilidades y destrezas que son requeridos para su ejercicio.

Esta innovación permitiría establecer una característica progresiva a la práctica, en tanto, no se esperaría hasta el último semestre de estudios para ofrecer, al alumno la oportunidad de integrar sus conocimientos en labores de aplicación. Se propiciaría, un avance gradual que redundaría en una más efectiva consolidación de aprendizajes y en consecuencia, en una efectiva transferencia a situaciones prácticas.

### **2.3. Elaboración de Programas de Asignaturas de Práctica Profesional**

Con el fin de procurar un desarrollo científico y ordenado del proceso de práctica profesional, se requiere del diseño inmediato de la programación analítica de la misma.

Para tal fin, se proponen los siguientes objetivos generales: El proceso de Práctica Profesional ofrecerá al alumno, la oportunidad de:

- Consolidar aprendizajes adquiridos en su especialidad, a través de los años de formación, mediante la aplicación de los mismos en una realidad laboral.
- Compartir las experiencias cotidianas del mundo laboral en sus diferentes aspectos: humanos, materiales, financieros, etc., tanto a lo interno de las empresas como en su relación con el contexto social.
- Aplicar los conocimientos al desarrollo de alternativas o proyectos propios y creadores, en el campo de su especialidad, a partir de la investigación de los problemas, necesidades y posibilidades de mejoramiento de nuestra población.

- Retribuir, en parte, a la comunidad, por el esfuerzo que ésta invierte en su formación integral, mediante una actividad de servicio.

#### **2.4. Reformulación de Elementos de los Planes de Estudios**

Uno de los aspectos que resulta del análisis realizado, es la necesidad de una revisión integral de la manera, en que se encuentran formulados algunos elementos de los planes. Así por ejemplo, se ha señalado:

- La necesidad de elaborar un diagnóstico de demandas laboradas y sociales de la comunidad a la Facultad, que sirva de base al diseño curricular.
- La necesidad de redefinir el perfil de egresado de las carreras de Periodismo.
- La nueva formulación de todos los objetivos generales en las carreras.
- La revisión de los criterios que determinan las líneas curriculares, de tal manera, que se prevean la existencia de cierta correspondencia entre las diferentes carreras.

- La revisión de las horas de práctica y su adecuada reestructuración en el sentido de integrar y hacer progresivos sus alcances.
- La definición como pre-requisito de la Práctica Profesional, el haber aprobado todas las asignaturas del Plan de Estudios, a excepción de la tesis.

### **3. CRITERIOS RELATIVOS A LA CONDUCCION Y EVALUACION DE LA PRACTICA PROFESIONAL.**

Ya se indicó la necesidad de conformar equipos docentes para llevar adelante la Práctica Profesional, con una visión interdisciplinaria; estos equipos, luego de programar el trabajo, procederían, de manera conjunta, a favorecer el proceso de puesta en marcha, seguimiento y evaluación del alumno. Esta labor se haría a partir de las orientaciones que se señalan a continuación, orientaciones que fueron elaboradas como parte de esta investigación, por el equipo de autoridades y docentes de la Facultad de Comunicación Social cuyos nombres aparecen al inicio del texto. Estas orientaciones deberían servir de base al Reglamento de Práctica Profesional de la Facultad.

Esta propuesta organizativa ha sido concebida a partir de la consideración de las experiencias y posibilidades reales de la Facultad, además, conlleva importantes elementos de cambio a la presente situación en que se desarrolla la Práctica Profesional.

### **3.1. Organización del Período de Práctica Profesional**

La Práctica Profesional se organizará en tres etapas, a través de un semestre académico y estará a cargo de un equipo de docentes de materias básicas y avanzadas de especialidad, se efectuará luego de que el alumno haya aprobado las asignaturas del plan a excepción de tesis (Véase Cuadro N°20 en la pág. 284 ).

#### **3.1.1. Primera Etapa: Afianzamiento y Práctica Interna.**

Esta etapa comprende las nueve primeras semanas de clase del semestre y un total de cincuenta y cuatro horas laborables. Durante esta etapa, se debe lograr los siguientes objetivos:

- Afianzar los conocimientos teórico-prácticos del alumno que se consideran fundamentales para el ejercicio laboral, a



partir del reconocimiento diagnóstico de situación de cada uno.

- Establecer los mecanismos de contacto y ubicación del alumno en las empresas.
- Efectuar labores de práctica interna en la Universidad de Panamá, como medio para ejercitar los aprendizajes, previo al acceso al medio laboral y como apoyo de la Facultad de comunicación Social al resto de la institución.

El logro de tales objetivos implica realizar una serie de actividades tales como:

- Organización interna del equipo interdisciplinario de docentes, a fin de establecer la programación y mecanismos de seguimiento de la Práctica Profesional.
- Establecimiento de contactos con las empresas, a fin de lograr la ubicación de los alumnos a partir de la concertación de un acuerdo de colaboración.
- Talleres de afianzamiento de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes del alumno para el adecuado desarrollo de sus actividades laborales. Estos talleres

comprenderán, a su vez, una serie de tareas tales como: clases por el equipo de docentes, trabajos prácticos, una investigación acerca de las características generales del mercado laboral y necesidades en las empresas (con el fin de favorecer el acercamiento del alumno a la realidad).

- Práctica Interna (comprende 5 semanas a razón de 6 horas semanales) en diferentes dependencias de la Universidad de acuerdo a las especialidades. Es un período de 30 horas realizando labores que deben ser orientadas por el docente responsable.

### **3.1.2. Segunda Etapa: Práctica Externa**

Comprende el período de las cuatro semanas siguientes a la primera etapa; es un período intensivo de trabajo en las empresas, con una jornada laboral de ocho horas por 20 días laborales y un total de 160 horas de trabajo.\*

---

(\*) Lo anterior, no niega la posibilidad de ampliar el período; se reconoce la necesidad del incremento de horas de práctica, pero ésta es una propuesta enmarcada en las actuales circunstancias.

Durante la misma, se espera que el alumno logre los siguientes objetivos:

- aplicar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos, a través de su formación, en una situación real de trabajo en una empresa de la comunidad.
- Compartir las experiencias de trabajo en una empresa.
- Elaborar un proyecto de aporte a la empresa, susceptible de ser utilizado en la misma y en la Facultad como recurso didáctico.

En esta etapa se deberán realizar las siguientes actividades:

- Trabajo intensivo del alumno en la empresa.
- Diseño del Proyecto de Trabajo de aporte a la empresa y presentado a la Facultad como recurso didáctico.
- Supervisión de la labor del alumno a cargo del profesor responsable de la cátedra y el supervisor que la empresa asigne.
- Sesiones semanales de trabajo en la

Universidad, a fin de compartir experiencias, recibir apoyo y orientación por el equipo docente.

### **3.1.3. Tercera Etapa: Evaluación de la Práctica Profesional.**

Es una tarea inmersa en todo el proceso, sin embargo, se plantea de esta manera, como tercera etapa, a fines de organizarla en una forma más específica.

La evaluación de la Práctica Profesional constituye una de las tareas de mayor responsabilidad y la misma, se concibe como un proceso integral y permanente, cuyo fin último es apoyar el logro de aprendizajes de calidad.

La evaluación será integral, permanente y cooperativa, por cuanto se procura juzgar el proceso total de Práctica Profesional en sus diferentes etapas y momentos. La misma, será de tipo diagnóstico, formativa y sumativa, y descansará en el uso de variados medios. Comprenderá las siguientes modalidades:

CUADRO N<sup>o</sup>.20

PROPUESTA ORGANIZATIVA DE LA PRACTICA PROFESIONAL EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL

ETAPAS	AFIANZAMIENTO Y PRACTICA INTERNA		PRACTICA EXTERNA	EVALUACION FINAL
TIEMPO	9 semanas (4 semanas en afianzamiento y 5 semanas en práctica interna)	6 horas diarias 54 horas en total	4 semanas 8 horas diarias 40 horas semanales 20 días 160 horas de labor	3 semanas 18 horas
ACTIVIDADES	<p>A. De afianzamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-clases por el equipo de profesores</li> <li>-talleres</li> <li>-investigación - características de las empresas y demandas</li> </ul> <p>B. De Práctica Interna</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ubicación del alumno</li> <li>- Trabajo en la empresa por el alumno.</li> <li>- Supervisión por el personal de la empresa.</li> <li>- Reuniones en la Facultad</li> <li>- Supervisión por el profesor (visitas, reuniones, etc.)</li> <li>- Elaboración del Proyecto de aplicación por el alumno.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones de balance en el aula</li> <li>- Sesiones de retroalimentación.</li> <li>- Presentación y evaluación de Proyectos.</li> <li>- Ponderación de la calificación final.</li> </ul> <p>La evaluación será realizada por el profesor responsable, y el supervisor de la empresa.</p>
EVALUACION	<p>a. Diagnóstica: preguntas orales, trabajos de aplicación.</p> <p>b. Formativa: preguntas, revisión, y corrección de trabajos de aplicación, observación del trabajo de práctica interna.</p> <p>c. Sumativa: investigación ejercicios escritos de tipo teórico, resultados de la práctica interna.</p>		<p>a. Formativa: observación del trabajo en la empresa, preguntas orales y entrevistas.</p> <p>b. Sumativa: apreciación del trabajo en la empresa mediante FICHA DE EVALUACION, por el supervisor de la empresa y el profesor; proyecto.</p>	<p>a. Formativa: preguntas orales, comentarios, revisión de trabajos realizados.</p> <p>b. Sumativa: ponderación final. 25% ejercicios y actividades de la primera etapa. 25% Evaluación del profesor. 25% Evaluación del supervisor de la empresa. 25% Proyecto de Trabajo.</p>

- Diagnóstica:

Para establecer el grado de conocimientos, habilidades y destrezas previas del alumno a las actividades propuestas.

- Formativa:

Se realizará durante todo el proceso de Práctica Profesional con el propósito de determinar avances y establecer correctivos y apoyos necesarios.

- Sumativa:

Se realizará durante todo el proceso de Práctica Profesional, con el fin de obtener evidencias para la calificación.

En cada etapa se preveen la siguientes tareas:

- En la primera etapa se aplicarán pruebas y trabajos prácticos de tipo diagnóstico, a fin de establecer el nivel de cada alumno; además se podría evaluar de manera formativa y sumativa, la observación, de algunos trabajos de la Práctica Interna.

- En la segunda etapa se verificará, una

evaluación del desempeño del alumno en la empresa mediante técnicas de observación y ficha evaluativa; esta será una evaluación cooperativa entre el supervisor de la empresa y el profesor de la cátedra. Además, se evaluará de manera formativa y sumativa el Proyecto de Trabajo que cada alumno elaborará como aporte a la empresa.

Se destinará 3 semanas finales del semestre para la evaluación final semestral que será el resultado de las siguientes valoraciones del total:

Actividades de la primera etapa: 25%

Actividades de la segunda etapa:

- Evaluación del trabajo por el profesor  
25%
- Evaluación del supervisor de la empresa  
25%
- Proyecto de Trabajo 25%.

### **3.2. Criterios Relativos a la Supervisión**

La supervisión científica de la Práctica Profesional, es una de las tareas de mayor importancia a fin de garantizar su desarrollo; esta supervisión se concibe de la siguiente manera:

- Permanente, a fin de brindar el apoyo oportuno, a través de todo el proceso.
- Integral, por cuanto atenderá a los distintos factores humanos académicos y laborales que confluyen en el proceso de práctica.
- Planificada, porque deberá responder a un conjunto de lineamientos y formas organizativas en tiempo y recursos, a fin de garantizar la atención oportuna a todos los alumnos.
- Cooperativa, en tanto se verificará por el equipo de docentes interdisciplinarios, el supervisor de la empresa y el docente responsable de la cátedra. Esto es necesario por cuanto el trabajo del alumno es orientado por todo este equipo el cual debe estar en capacidad de apoyar con efectividad al mismo.
- Participativa, en el sentido de que el alumno debe conocer, a cabalidad el conjunto de objetivos, procedimientos y técnicas que se utilice



para evaluar su labor.

En otro orden de ideas, la supervisión debe contar con el decidido apoyo de las actividades académico-administrativas, a fin de proporcionar a los docentes, los recursos financieros para la movilización necesaria.

### **3.3. Criterios Relativos a la Coordinación con las Empresas.**

Uno de los aspectos de mayor interés es el establecimiento de un Acuerdo de Colaboración, entre la Facultad y las distintas empresas que atiendan estudiantes. Este Acuerdo debe establecer los objetivos de la participación del alumno en las empresas y las responsabilidades que corresponden a ambas instancias, en el proceso de ubicación, asignación de trabajos, seguimiento, supervisión y evaluación del practicante.

Se debe efectuar un estudio de las características de las diferentes empresas del medio, que pueden recibir a los estudiantes y llegar a acuerdos con aquéllas que acepten permitir al alumno, realizar las actividades de tipo profesional sugeridas y recomendadas por la Facultad, a partir de la Lista de Labores de Práctica Profesional

y contar con un supervisor de la empresa. De esta manera, se entiende que el criterio decisivo, será la posibilidad real de efectuar una práctica eficaz, y no el nivel de desarrollo de la empresa; por cuanto se partirá del criterio de que el alumno está en capacidad de trabajar en cualquier empresa, en las condiciones en que éstas se encuentren y en correspondencia con la realidad del medio laboral.

#### **4. SUGERENCIAS PARA EL DESARROLLO DE LOS CRITERIOS ORIENTADORES.**

Con el fin de orientar el proceso de toma de decisiones que propendan al mejoramiento de la Práctica Profesional y basado en los criterios expuestos, se presentan a continuación, los siguientes lineamientos para su aplicación. Estos lineamientos se organizan en diferentes etapas y fases, según lo planteado.

Se sugiere un conjunto de medidas a corto plazo, (a un año) necesario para dar los primeros pasos organizativos, luego, otras medidas de mediano plazo (2 a 3 años), que conllevan al mejoramiento integral de todo el proceso.

El propósito general de esta estrategia, es el de organizar y dar prioridades al conjunto de medidas que tienden a mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje en la Práctica Profesional y con ello, la proyección de la misma a la comunidad.

Tal como se aprecia en los criterios esbozados en el punto anterior, algunas medidas incluyen una serie de aspectos específicos; debido a que este apartado, sólo aspira a proponer un ordenamiento del trabajo, no se consideró necesario reiterar los mismos. (Se ruega al lector remitirse a ellos en caso necesario).

**4.1. Primera Etapa: Actividades de corto plazo:**

- Conformar el equipo de docentes responsable del proceso de planificación, administración y evaluación de la Práctica Profesional.
- Diseñar y aprobar en Junta de Facultad el Reglamento de Práctica Profesional.
- Diseñar los Programas de Asignaturas de Práctica Profesional; esta labor debe efectuarse por el equipo de docentes responsables y la asesoría de la Comisión Curricular.
- Iniciar gestiones para establecer el Convenio de Colaboración, entre la Facultad y las empresas para la Práctica Profesional; esta tarea corresponde a las más altas autoridades académicas de la Facultad.
- Crear un fondo financiero para apoyar el proceso de supervisión de la práctica.
- Poner en marcha la ejecución Práctica Profesional, según lo sugerido en estos criterios, en sus diferentes etapas: Afianzamiento y Práctica Interna, Práctica Externa y Evaluación a partir de la elaboración de un Plan de Trabajo realista y funcional.

**4.2. Segunda Etapa: Mediano Plazo:**

- Realizar un estudio de las demandas del mercado laboral y las necesidades sociales a la Facultad de Comunicación Social, mediante la Comisión Mixta.
- Reformular los elementos de los planes de estudios; esta tarea debe realizarla la Comisión de Curriculum.
- Integrar las actividades de teoría-práctica; de igual forma, corresponde a la Comisión de Curriculum.
- Firmar el Convenio de Colaboración con las empresas particulares y oficiales.
- Participar con otras unidades académicas de la Universidad en el diseño y ejecución del Centro de Prácticas Integradas, según lo establece el Plan de Desarrollo Universitario.

## CONCLUSIONES

1. La Práctica Profesional, es la actividad fundamental que sintetiza, en su más amplia expresión, la necesaria vinculación entre la teoría y la práctica, permite al estudiante, aplicar el conjunto de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes aprendidas, durante el período de formación.
2. La calidad de la Práctica Profesional, se determinará por la correspondencia, entre los diferentes aspectos relativos al planeamiento, conducción y evaluación del curriculum, su validez está representada en la medida en que la misma permita la retroalimentación, entre las necesidades sociales, las características del mercado laboral y la oferta académica de la Facultad.
3. La Práctica Profesional, es un componente formativo de la Oferta Académica de la Facultad desde 1971, no obstante, limitaciones relacionadas con la planificación, ejecución y evaluación de la misma, determinan que no haya alcanzado los niveles de desarrollo exigidos, en detrimento de la formación integral del alumno.
4. La Práctica Profesional carece de los elementos básicos para su desarrollo como actividad central del curriculum: no existen políticas, planes, reglamentos, normas,

fondo de financiamiento, programas de asignaturas, criterios e instrumentos de evaluación, seguimiento ni supervisión, situaciones que afectan sus propósitos.

5. La ejecución de la Práctica Profesional, se ha caracterizado por la falta de vinculación y coordinación entre la Facultad, los sectores empleadores y las necesidades sociales.
6. Las insuficiencias organizativas y curriculares del proceso de Práctica Profesional en la Facultad, determinaron la imposibilidad de ejecutar, en todas sus etapas, el Proyecto Experimental de Práctica Profesional, una innovación de trabajo de equipos docentes interdisciplinarios.
7. En los nuevos planes de estudios se concede mayor importancia a la relación entre la teoría y la práctica, situación que debe contribuir a la mejor preparación del alumno para la Práctica Profesional; no obstante, las especificaciones de la misma, reiteran el modelo de los planes viejos en términos de horas-crédito y ubicación, sólo al final de la carrera. Además se insiste en incluir la Práctica Profesional a la par de materias que deben cursarse paralelamente, situación que afecta el desarrollo de la misma.
8. Lo anterior impone la necesidad de reconsiderar las formas organizativas y de ejecución de la relación

teoría-práctica en las materias básicas y avanzadas de especialidad y de la Práctica Profesional propiamente dicha, a fin de evitar la fragmentación artificiosa de la misma y favorecer una concepción integrada, desde el planeamiento, hasta la ejecución y la evaluación del curriculum.



## RECOMENDACIONES

1. Elaborar un diagnóstico integral de las demandas y necesidades sociales, en materia de Comunicación Social, de tal forma que sirva de fuente curricular para el proceso de revisión constante y ajustes a los nuevos planes de estudios y por ende, de la Práctica Profesional.
2. Diseñar un Programa Integral de Práctica Profesional que defina las políticas, estrategias, objetivos y proyectos para el desarrollo ordenado y científico de la Práctica Profesional.
3. Aprobar, en la Junta de Facultad, los Reglamentos y Normas de la Práctica Profesional.
4. Integrar un Equipo Interdisciplinario de Docentes para el desarrollo de la Práctica Profesional. Este equipo debe atender los aspectos relacionados con los ajustes a los planes y programas, la orientación de las prácticas integradas, el seguimiento, y evaluación del proceso total de Práctica Profesional de acuerdo a los criterios establecidos; integrado por docentes de asignaturas, básicas y avanzadas de la especialidad del último en cada carrera.
5. Establecer un sistema de práctica integradas, desde el tercer año de la carrera en el caso de licenciatura

y desde segundo año en el Técnico Comunicador Radiofónico.

6. Establecer acuerdos de colaboración entre las empresas y la Facultad, a fin de garantizar el proceso de ubicación, los recursos, supervisión y evaluación de la Práctica Profesional.
7. Iniciar gestiones para el desarrollo del Proyecto Centro de Prácticas Integradas que establece el Plan de Desarrollo Universitario.
8. Orientar el proceso de reestructuración de la Práctica Profesional sobre la base de los criterios orientadores de corto y mediano plazo indicados.

## **BIBLIOGRAFIA**

- ABBAGNANO, N. y A. Visalberghi. Historia de la Pedagogía. Traducción de Jorge Hernández Campos. 6a. reimpresión. México: Fondo de Cultura Económica, 1982. 709 págs.
- ALTAMAR, Antonio. Recomendaciones en torno a la interpretación de la planilla para obtener información sobre identificación de algunas materias de los planes de estudio de las carreras que se ofrecen en la Facultad de Comunicación Social de acuerdo con líneas curriculares establecidas. Panamá, mimeo. 1986.
- AYALA, Rafael Bolívar. Teoría y Realidad de la Comunicación. Panamá: Impresora La Nación. 1984. 236 págs.
- BENITO, Angel. Fundamento de Teoría General de la Información. Madrid: Ediciones Pirámides, S.A. 1982. 359 págs.
- BILLOUROU, Oscar Pedro. Introducción a la Publicidad. Buenos Aires . Edit. Librería El Ateneo. 1985. 276 págs.
- CADET-CATHELAT. La Publicidad del Instrumento Económico a la Institución Social. Barcelona. Edit. Hispano-Europea. Traducción de Conrad Niell. 1971. 246 págs.
- CASANOVAS, Federico. Las Relaciones Públicas Institucionales. Panamá. Imprenta de la Facultad de Comunicación Social. 1984. 8 págs.
- CASTREJON DIEZ, Jaime. El Concepto de Universidad. México. Ediciones Océano. 1982. 314 págs.
- COLS, Susana de. La Tarea Docente. Buenos Aires: Ediciones Marymar. 1977. 146 págs.
- , Planeamiento del proceso de enseñanza-aprendizaje. Buenos Aires. Ediciones Marymar. 1976. 225 págs.
- COOMBS y G.C. Ruscoc. El Planeamiento Educacional. Sus Condiciones. Traducción J. Penbos. Argentina. Edit. Paidós, 1976. 146 págs.
- OREALC/UNESCO. La Educación Superior en Panamá. Caracas CRESALC. 1985. 113 págs.
- CROWLEY, David. Alan Etherington y Ross Kidd. Manual de Grupos de Aprendizaje Radiofónico. Quito. Ediciones CIESPAL. 1981. 274 págs.

- DEL ROSARIO, Agustín. Formación Integral del Periodista y su Responsabilidad como Comunicador Social. Panamá. Facultad de Comunicación Social. Mimeo. 1985. 12 págs.
- DIAZ BARRIGA, Angel. Didáctica y Curriculum. Convergencia en los Programas de Estudios. Ediciones Nuevomar. 1984. 150 págs.
- DOMINGUEZ CABALLERO, Diego. Teoría y Práctica de los Estudios Generales. Panamá. Universidad de Panamá. 1972. 176 págs.
- ENGELS, Federico. Obras Escogidas de Marx y Engels. 1876. Moscú. Editorial Progreso 1978. 831 págs.
- ESPINO, Miguel. Principio de Relaciones Públicas. Panamá. Mimeo, mayo 1987. 30 págs.
- FAURE, Edgar y Felipe Herrera. Aprender a Ser. Madrid. Edit. Alianza Universidad. 426 págs.
- FESTINGER, L. y D. Katz. Los Métodos de Investigación en Ciencias Sociales. Buenos Aires. Editorial Paidós, 1979. 550 págs.
- FRASER BOND, F. Introducción al Periodismo. México. Edit. Limusa, 1979. 419 págs.
- FUENTES NAVARRO, Raúl. Algunos Antecedentes Documentales de Diagnóstico sobre la Problemática de la Formación Universitaria de Comunidades Sociales en América Latina. Colombia, FELAFACS AFACOM. Mimeo. 1987. 38 págs.
- GARCIA CAMARGO, Jimmy. La Radio por Dentro y por Fuera. Quito. CIESPAL, 1980. 442 págs.
- GILLESPIER, Roselyn y Colen B. Collins. El Trabajo Productivo en la Escuela. Una Evaluación Internacional. En Revista Perspectivas. UNESCO, Vol. XVIII, No.1, 1987.
- GONZALEZ, Luis, Félix Figueroa y otros. Jornadas de Orientación para Locutores. 1982. Panamá. Ediciones del Centro de Investigaciones de la Convención Social. Ministerio de Gobierno y Justicia. 39 págs.
- GUEVARA NIEBLA, Gilberto. La Educación Superior en México. México, 1978. 334 págs.

LAFOURCADE, Pedro. La Investigación Cualitativa o Naturalística. Algunos aspectos de interés. Apuntes de clase. Mimeo. ICASE-Universidad de Panamá. 1984. 31 págs.

\_\_\_\_\_. Apuntes sobre diversos Tipos de Investigación Educativa. Mimeo. ICASE-Universidad de Panamá. 1984. 20 págs.

\_\_\_\_\_. Planeamiento, Conducción y Evaluación de la Enseñanza Superior. Buenos Aires. Editorial Kapelusz, 1984. 285 págs.

LATAPI, Pablo. Profesiones en la Sociedad Capitalista. Cuaderno de Investigación Educativa. O.E.I. España 1986. 53 págs.

LEYTON SOTO, Mario. Planeamiento Educacional. Chile. Editorial Universitaria, 1974. 182 págs.

MAC DONALD, James B. Reescolarizando la Sociedad. Un Modelo Conceptual. Teoría Curricular. 1978. 48 págs.

MANACORDA, Mario. Marx y la Pedagogía Moderna. Barcelona. Editorial Oikus-Tau. 1969. 209 págs.

MARIN IBAÑEZ, Ricardo. Interdisciplinaridad y Enseñanza en Equipo. Madrid. Edit. Paraninfo, S.A. 1978. 152 págs.

MARQUEZ, Angel Diego. La Enseñanza Interdisciplinaria en la Formación de Administradores de la Educación. Panamá. Universidad de Panamá-UNESCO-PNUD-ICASE. Mimeo. 1971. 88 págs.

MARTIN, J. y Barbero. Crisis en los Estudios de Comunicación y Sentido de una Reforma Curricular. Colombia. FELAFACS. Mimeo. 1987. 20 págs.

MARTINEZ DE SOUSA, José. Diccionario General del Periodismo. Madrid. Edit. Paraninfo. 1981. 594 págs.

MATTELART, Armand. Desafíos Actuales de la Comunicación Moderna. Conferencia dictada en el Paraninfo Universitario. 27 de agosto de 1986. Panamá. Mimeo. 20 págs.

MENDEZ, Abril Ch. de. Diagnóstico de los Aspectos Académicos y Curriculares de la Universidad de Panamá. Plan de Desarrollo Universitario. Mimeo. 1983. 133 págs.

- MENDEZ PEREIRA, Octavio. Universidad Autónoma y Universidad Cultural. Panamá. Editorial Universitaria, 1973. 236 págs.
- MORLES, Armando. Habilidades a Desarrollar en una Educación para el Futuro. Venezuela. CINTERPLAN, 1983. 24 págs.
- MORANDO, Dante. Pedagogía. Historia Crítica de las Corrientes Pedagógicas que han forjado el Desarrollo de la Educación. 3a. edición. Trad. de F. Velasco. Barcelona. Edit. Luis Miracle, 1968. 442 págs.
- NASIFF, Ricardo. Teoría de la Educación. Problemática Pedagógica Contemporánea. Madrid. Edit. Cincel, S.A. 1980. 348 págs.
- PALACIOS, Jesús. La Cuestión Escolar. Críticas y Alternativas. 2a. Edición. Barcelona. Edit. Laia. 1980. 668 págs.
- PISTRAK, Problemas Fundamentales de la Escuela del Trabajo. Madrid. Sociedad de Educación. Atenas, 1974. 207 págs.
- Programa Regional de Desarrollo Educativo-OEA-Ministerio de Educación de Venezuela-Universidad Simón Bolívar. Glosario de Términos Utilizados en América Latina en Materia de Desarrollo Curricular. Caracas, Ediciones del Proyecto Multinacional de Capacitación para Profesores de América Latina en el Area de Curriculum. 1976. 85 págs.
- RIVAS BALBOA, C. Estratificación Social y Sistema Social. En Revista Curriculum. Caracas. OEA-ME-USB, Año 3, Nº6, 1978. 14 págs.
- RODRIGUEZ, Mario Augusto. Lenguaje Periodístico. En: La República, jueves 27 de diciembre de 1984. Panamá. Reimpreso en la Facultad de Comunicación Social. 1986. 8 págs.
- RODRIGUEZ SANCHEZ, Indalecio. Los Estudios de Periodismo en Panamá. Panamá. Facultad de Comunicación Social. 1981. 20 págs.
- SAENZ, Oscar y otros. Pedagogía General. Introducción a la Teoría y Práctica de la Educación. Madrid. Edit. Anaya, S.A. 1986. 576 págs.

- SCHENKEL, Peter. "El Informe Mc Bride: entre la realidad y la utopía". En Revista Chasqui-CIESPAL, Nº18. Ila. Epoca. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Ecuador. oct.-nov. 1981.
- SOTO, Viola. Desarrollo de Modelos Curriculares. Tomo 1. Fundamentación Teórica. Reproducciones Santana, 1976. 316 págs.
- SPERB, Dalila. El Currículo. Su Organización y el Planeamiento del Aprendizaje. Buenos Aires. Edit. Kapelusz, 1973. 351 págs.
- STAFF, Héctor. Historia y Testimonio de la Radiodifusión en Panamá. Imprenta Universitaria, 1985. 130 págs.
- SUCHODOLSKY, Bogdan. Tratado de Pedagogía. 4a. Edición. Barcelona. Ediciones Península, 1979. 497 págs.
- TABA, Hilda. Elaboración del Currículo. Buenos Aires. Edit. Troquel, 1974. 663 págs.
- TUNNERMAN, Carlos. Pensamiento Universitario Centroamericano. Costa Rica. Educa. 1980. 521 págs.
- Universidad de Panamá. Plan de Desarrollo Universitario 1984-1987. Imprenta Universitaria, 1984. 157 págs.
- \_\_\_\_\_, Oficina de Supervisión y Planeamiento Curricular. Aspectos Curriculares. Panamá. Ciudad Universitaria. Imprenta Universitaria. 1985. 83 págs.
- \_\_\_\_\_. Guía Académica 1985. Panamá. Imprenta Universitaria. 1985. 291 págs.
- Universidad Nacional Autónoma de México. Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza. Diseño de Planes de Estudios. Tomos 1, 2, 3 y 4. México. Edición de la Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza. 1975.
- URIBE, Hernán. Ética Periodística en América Latina. Deontología y Estatuto Profesional. México. UNAM: Centro de Estudios de la Comunicación. 1984. 185 págs.



REVISTAS Y BOLETINES

ANUIES. Revista de la Educación Superior. México. Ediciones ANUIES. Vol. XIII. Nº.3 (51) Julio-septiembre 1984. 186 págs.

\_\_\_\_\_. Revista de la Educación Superior. México. Ediciones ANUIES. Vol. XIII. Nº.2 (54) Abril-junio 1985.

\_\_\_\_\_. Revista de la Educación Superior. México. Ediciones ANUIES. Vol. XIII. Nº.3 (51) Julio-septiembre 1984. 186 págs.

CURRICULUM. Revista OEA-ME-USB. Año 3. Nº.6, Caracas, 1978.

CHASQUI. Revista Latinoamericana de Comunicación. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Nº1. II Epoca. oct.-nov. Quito. CIESPAL. 1981.

\_\_\_\_\_. Revista Latinoamericana de Comunicación. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. Nº.18. II Epoca. Abril-junio. Quito CIESPAL. 1986.

EDUCACION. Colección Semestral de Aportaciones Alemanas Recientes en las Ciencias Pedagógicas. Volumen 23. Editado por el Instituto de Colaboración Científica de Cooperación con la Comisión de Investigación Educativa con el Tercer Mundo. Rep. Federal de Alemania. 1981.

Facultad de Filosofía, Letras y Educación de la Universidad de Panamá. Boletín Informativo. Periódico Académico 1972. Imprenta Universitaria. 177 págs.

SYNTAGMA. Boletín Especializado del Centro de Investigaciones de la Comunicación Social de la Dirección de Medios del Ministerio de Gobierno y Justicia de Panamá. Año 3. Nº.13. Julio-agosto. 1986.

\_\_\_\_\_. Boletín Especializado del Centro de Investigaciones de la Comunicación Social de la Dirección de Medios del Ministerio de Gobierno y Justicia de Panamá. Año 4. Nº.19. Julio-agosto. 1987.

LEYES Y REGLAMENTOS

- Constitución Política de la República de Panamá.
- Ley 11 de 8 de junio de 1981. Por la cual se reorganiza la Universidad de Panamá.
- Ley 67 de 19 de septiembre de 1978. Por la cual se Reglamenta el Ejercicio de la Profesión de Periodista.
- Ley 11 de 10 de febrero de 1978. Por la cual se dictan medidas en relación con los medios de comunicación social y publicidad de material impreso.
- Ley número 37 de 22 de octubre de 1980. Por la cual se Reglamenta el Ejercicio de la Profesión de Relacionista Público.
- Estatuto Universitario. Universidad de Panamá. 1972.
- Decreto 109 de 15 de octubre de 1980.
- Decreto 601 de 6 de junio de 1956.
- Decreto 155 de 28 de mayo de 1962.
- Ley Nº.68 de 19 de septiembre de 1978. Por la cual se crea la Junta Técnica de Periodismo.

**A N E X O S**

## ANEXO Nº.1

## PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIATURA EN PERIODISMO

1971

ASIGNATURA Abrev. Nº.	DENOMINACION	1er. Sem. T. L.	2do. Sem. T. L.	Crédi to
I AÑO				
ESTUDIOS GENERALES **				42
II AÑO				
C.C.S 200ab	Teoría de la Comunicación ..	3	3	6
C.C.S 210ab	Historia de la Comunicación.	2	2	4
C.C.S 220ab	Introducción a la Comunica- ción.....	3	3	6
C.C.S 230ab	Técnica del Lenguaje de la Comunicación .....	3	3	6
C.C.S 240ab	Sociología de la Comunicación	3	3	6
DIP 200ab	Relaciones de Panamá con los E.U. ....	3	3	6
C.C.S 250	Estudios Jurídicos de la Co municación .....	2	-	2
C.C.S 260	Etica de la Comunicación ...	-	2	2
				<u>38</u>
III AÑO				
PER 300ab	Técnica de la Inf.I .....	3	3	6
PER 310ab	Redacción Periodística .....	3	3	6
PER 320ab	Técnica Gráfica .....	3	3	6
PER 330ab	Opinión Pública .....	3	3	6
PER 340ab	Técnica de Publicidad y Pro- paganda .....	3	3	6
GEO 250ab	Geografía Universal .....	3	3	6
				<u>36</u>
IV AÑO				
PER 400ab	Técnica de la Información II	3	3	6
PER 420ab	Periodismo de Opinión .....	2	2	4
PER 430ab	Radioperiodismo .....	2	2	4
PER 450ab	Televisión y Cinemat.....	2	2	4
PER 460	Fotografía .....	2	2	4
C.POL 220ab	Estructura Gubernamental ...	2	2	4
C.C.S 270	Práctica Profesional .....	3	-	3
PER 480ab	Trabajo de Graduación .....	3	3	6
				<u>35</u>

\* Sujeto a reformas a corto plazo.

\*\* De la Facultad de Humanidades.

TOTAL

151

ASIGNATURA		DENOMINACION	1er. Sem.		2do. Sem.		Crédito
Abrev. No.	T.		L.	T.	L.	to	
I AÑO							
ESTUDIOS GENERALES							42
II AÑO							
CCS	200ab	Teoría de la Comunicación..	3		3		6
CCS	210ab	Historia de la Comunicación	2		2		4
CCS	220ab	Introd. a la Comunicación..	3		3		6
CCS	230ab	Técnica del Lenguaje de la Comunicación.....	3		3		6
CCS	240ab	Sociología de la Comunic...	3		3		6
HIST.	160ab	Relaciones de Panamá con los Estados Unidos.....	3		3		6
CCS	250	Estudios Jurídicos sobre la Comunicación .....	2		-		2
CCS	260	Etica de la Comunicación ..	-		2		2
							38
III AÑO							
RRPP	300ab	Principios de RRPP.....	3		3		6
RRPP	310ab	Relaciones Humanas.....	2		2		4
RRPP	350ab	Técnica de Organización de las RRPP. I .....	3		3		6
PER	340ab	Técnica de Publicidad y Propaganda .....	3		3		6
PER	330ab	Opinión Pública .....	3		3		6
PER	300ab	Técnica de la Información..	3		3		6
							34
IV AÑO							
RRPP	400ab	Técnica de Organización de las RRPP II.....	3		3		6
RRPP	410ab	Relaciones Laborales.....	3		3		6
C.POL	220ab	Estructura Gubernamental...	2		2		4
PER	450ab	TV y Cinematografía.....	2		2		4
PER	460ab	Fotografía.....	2		2		4
PER	420ab	Periodismo de Opinión.....	2		2		4
CCS	470	Práctica Profesional.....	3		-		3
RRPP	480ab	Trabajo de Graduación .....	3		3		6
							37
<b>TOTAL</b>							<b>151</b>

ANEXO N<sup>o</sup>.3

## PLAN DE ESTUDIOS DE LICENCIATURA EN PUBLICIDAD

1971

ASIGNATURA		DENOMINACION	1er.Sem.		2do.Sem.		Crédi to
Abrev. Nº.			T.	L.	T.	L.	
I AÑO							
ESTUDIOS GENERALES							
II AÑO							
CCS	200ab	Teoría de la Comunica- ción .....	3		3		6
CCS	210ab	Hist. de la Comunic...	2		2		4
CCS	220ab	Int. a la Comunicación	3		3		6
CCS	230ab	Téc. del Leng. de Comu- nicación.....	3		3		6
CCS	240ab	Sociología de la Comu- nicación.....	3		3		6
HIST.	160ab	Rel.Entre Pma. y E.U..	3		3		6
CCS	250	Estudios Jur. de la Co- municación .....	2		-		2
CCS	260	Etica de la Comunic...	-		2		2
							38
III AÑO							
PUB	300ab	Principios de PUB ....	3		3		6
ECON.	100ab	Principios de ECO ....	3		3		6
PER	330ab	Opinión Pública.....	3		3		6
PUB	310ab	Relaciones Prof. I....	3		3		6
PUB	320ab	Sicología PUB .....	3		3		6
PUB	340ab	Dibujo Publicitario...	3		3		6
							36
IV AÑO							
PUB	400ab	Inv. y Prob. PUB.....	3		3		6
PER	450ab	Televisión y Cine ....	2		2		4
PUB	440ab	Inv. de Mercados.....	3		3		6
PUB	420ab	Rel. Profesionales II.	3		3		6
PUB	430ab	Creativ. Publicitaria.	3		3		6
PER	460ab	Fotografía.....	2		2		4
PUB	480ab	Trabajo de Graduación.	3		3		6
		Práctica Profesional .	-		3		3
							41
TOTAL							105

## ANEXO Nº.4

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE  
TECNICO EN COMUNICACION RADIOFONICA**

**1974**

ASIGNATURA		DENOMINACION	1er.Sem.		2do.Sem.		Crédi to
Abrev. Nº.			T.	L.	T.	L.	
I AÑO*							
ESP	110ab	Lengua y Lit. Española.....	3		3		6
HIST.	110ab	Pma. en el Mundo Americano	3		3		6
FIL.	100ab	Introd. a la Filosofía ....	3		3		6
C.N.	100ab	Introd. a las Ciencias Nat.	3		3		6
HIST.	120ab	Introd. a las Ciencias Soc.	3		3		6
HIST	100ab	Civilización.....	3		3		6
ING.	100ab	Ingles.....	3		3		6
MUSICA	100b	Música .....	-		3		3
HIST.	150a	Folklore Panameño .....	3		-		3
							48
II AÑO							
CCS	200a	Teoría de la Comunic.....	3		-		3
CCS	230ab	Téc. del Leng. de la Comunic	3		3		6
GEO	320ab	Geografía de Panamá.....	3		3		6
RAD.	200b	Actuación Radiofónica .....	-		3		3
RAD.	200a	Introd. al Estudio de la Rad.	3		-		3
RAD.	210ab	Locución-Laboratorio.....	3		3		6
RAD	220a	Téc. de Radio y Tel .....	3		-		3
RAD	220b	Noticias Radiales.....	-		2		2
RAD	230a	Publicidad Radial.....	2		-		2
RAD	230b	Etica y Legis. Radial .....	-		3		3
RAD	240b	Práctica Profesional.....	-		3		3
							40
TOTAL							84

\* Se tomarán del Plan de Estudios Generales de la Facultad de Humanidades.

ANEXO Nº.5

PLAN DE ESTUDIOS GENERALES

1972

---

**I. Asignaturas Obligatorias**

- |     |                     |       |  |
|-----|---------------------|-------|--|
| (1) | Español .....       | 110ab | Lengua y Literatura Españolas          |
| (2) | Historia.....       | 110ab | Panamá en el Mundo Americano           |
| (3) | Filosofía.....      | 100ab | Introducción a la Filosofía            |
| (4) | Ciencias Naturales. | 100ab | Introducción a las Ciencias Naturales. |

**II. Asignaturas Optativas**

- (5) UNA DE ESTAS TRES ASIGNATURAS:

- |                |       |  |
|----------------|-------|--|
| Historia.....  | 120ab | Introducción a las Ciencias Sociales.            |
| Historia.....  | 110ab | Civilización.                                    |
| Filosofía..... | 110ab | Introducción a la Lógica y al Método Científico. |

**III. LENGUA EXTRANJERA**

- (6) UNA LENGUA EXTRANJERA:

- |                |       |  |
|----------------|-------|--|
| Francés.....   | 100ab | Francés Elemental.   |
| Francés .....  | 110ab | Francés Avanzado.  |
| Inglés.....    | 100ab | Inglés General.  |
| Inglés .....   | 120ab | Inglés Especial (Se dictará únicamente para otras facultades)                              |
| Inglés.....    | 150ab | Inglés preparatorio (obligatorio para los alumnos que ingresan al Departamento de Inglés). |
| Italiano ..... | 100ab | Italiano Elemental.  |
| Italiano ..... | 200ab | Italiano Avanzado  |
| Alemán.....    | 100ab | Alemán Elemental.  |
| Alemán .....   | 200ab | Alemán Avanzado.   |

**IV. Asignatura Electiva**

- (7) DOS (Una por semestre) de las siguientes asignaturas:

- |    |                |     |                              |
|----|----------------|-----|------------------------------|
| a. | Español.....   | 100 | Teatro (Historia del Teatro) |
| b. | Geografía..... | 100 | Principios de Geografía.     |
| c. | Historia.....  | 130 | Historia del Arte.           |



## Anexo 5

d.	Historia.....	150	Folklore Nacional.
e.	Música.....	100	Apreciación Musical.
f.	Sicología.....	100	Introducción a la Sicología.
g.	Sociología.....	101	Principios de Sociología.

Estas materias se ofrecerán en los dos semestres.

### **V. Asignaturas Especiales**

Hebreo .....	100ab	Lengua y Cultura Hebrea.
Hebreo.....	200ab	Lengua y Cultura Hebrea.
Guaymí.....	100ab	Lengua y Cultura Guaymí.
Kuna.....	100ab	Lengua y Cultura Kuna.
Ruso.....	100ab	Lengua y Literatura Rusa.
Sociología.....	102	Sociología del Desarrollo.

---

NOTA: Sólo podrán ingresar en las especializaciones o licenciaturas de la Facultad, con excepción del Departamento de Psicología, los que obtengan el Certificado de Aprobación de los Estudios Generales. Es, asimismo, requisito indispensable para obtener el título de profesor que se otorga por recomendación del Departamento de Educación al Licenciado de otra Facultad que no haya cursado todas las asignaturas del año de Estudios Generales. Sin embargo, se permitirá la matrícula condicional en cualquiera de los Departamentos a un estudiante que no haya aprobado una de las asignaturas.

## ANEXO Nº.6

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO**  
**1984**

ASIG. Nº.	DENOMINACION	HORAS			SEMANALES			Crédito
		I	SEM		II	SEM		
		T	P	L	T	P	L	
I AÑO								
FIL	100ab	Introducción a la Lógica y al						
		Método Científico.....	3	-	-	3	-	6
SOC	120ab	Sociología de la Comunicación..	3	-	-	3	-	6
ING	100ab	Inglés General.....	2	2	-	2	2	6
CS	100ab	Introducción a la comunicación.	3	-	-	3	-	6
HIST	160ab	Historia de las Relaciones entre Panamá y Estados Unidos....	3	-	-	3	-	6
PER	100ab	Introducción al Periodismo y Periodismo en Panamá.....	3	-	-	3	-	6
CS	110ab	Lenguaje de la Comunicación....	3	-	-	3	-	6
			20	2	-	20	2	42
II AÑO								
PER	200ab	Técnica de la Información I ...	2	-	2	2	-	6
PSIC	210ab	Psicología Social.....	2	2	-	2	2	6
GEO	260ab	Geografía Pol. y Económica ....	3	-	-	3	-	6
PER	220	Fotografía Periodística.....	2	-	2	-	-	3
CS	260ab	Metodología de Inv. (Análisis de Contenido e Inv. de campo)..	2	2	-	2	2	6
CS	230ab	Teoría de la Comunicación .....	2	2	-	2	2	6
ING	110ab	Inglés Especial I.....	2	2	-	2	2	6
OPTATIVAS (UNA OBLIGATORIA)								
ESP	250	Literatura Universal.....	-	-	-	3	-	-
FRA	150	Francés Especial para Period...	-	-	-	3	-	-
PSIC	310	Relaciones Humanas.....	-	-	-	3	-	3
			15	8	4	16	8	42
III AÑO								
PER	300ab	Técnica de la Información II ..	2	-	2	2	-	6
PER	320ab	Radioperiodismo y Periodismo Audiovisual.....	2	-	2	2	-	6
CS	330ab	Opinión Pública.....	2	2	-	2	2	6
PER	340ab	Periodismo Especializado I (Deport., Agr., Jud., Econ., Pol.) ...	2	2	-	2	2	6
ING	210	Inglés Especial II.....	2	2	-	-	-	3
PER	350	Propaganda.....	3	-	-	-	-	3
PER	360ab	Diagramación.....	2	-	2	2	-	6
PER	310	Literatura y Periodismo.....	-	-	-	3	-	3
OPTATIVAS (UNA OBLIGATORIA)								
CPOL	300	Pensamiento Polít. Contemporaneo	-	-	-	3	-	-
CS	310	Semiótica (Semántica).....	-	-	-	3	-	-
ECON	100	Principios de Economía.....	-	-	-	3	-	3
(SEMINARIOS OBLIGATORIOS)								
BIO	305	Ecología y Medio Ambiente .....	2	-	-	-	-	2
PER	315	Derechos Humanos.....	-	-	-	2	-	2
			17	6	6	18	4	46

## IV AÑO

PER	400ab	Técnica de la Información III .	2	-	2	2	-	2	6
PER	410ab	Periodismo Especializado II ...	2	2	-	2	2	-	6
PER	430ab	Etica y Legisla. Periodística ..	3	-	-	3	-	-	6
PER	440ab	Periodismo Interpretativo y Periodismo de Opinión.....	2	2	-	2	2	-	6
PER	450ab	Práctica Profesional.....	2	2	-	2	2	-	6
PER	460ab	Trabajo de Grado.....	3	-	-	3	-	-	6
SEMINARIOS (UNO OBLIGATORIO)									
PER	415	Nuevo Orden Informativo Inter..	-	-	-	3	-	-	
PER	425	Periodismo Alternativo.....	-	-	-	3	-	-	
PER	445	Persp. y Tendencias del Period.	-	-	-	3	-	-	
PER	455	Aprec. y Anál. Cinematográfico	-	-	-	3	-	-	
CPOL	220	Estructura Gubernamental.....	-	-	-	3	-	-	3
			14	6	2	21	6	2	39

**TOTAL DE HORAS: 207**

**TOTAL DE CREDITOS: 169**

## ANEXO No.7

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN RELACIONES PUBLICAS**  
**1984**

ASIG. Nº.	DENOMINACION	HORAS			SEMANALES			Crédito	
		I SEM			II SEM				
		T	P	L	T	P	L		
I AÑO									
RP	100ab	Princ. de Relac. Públicas ....	2	2	-	2	2	-	6
RP	110ab	Relaciones Públicas en Panamá y el Mundo.....	3	-	-	3	-	-	6
CS	100ab	Introducción a la Comunicación	3	-	-	3	-	-	6
CS	110ab	Lenguaje de la Comunicación...	3	-	-	3	-	-	6
ING	110ab	Inglés Especial.....	2	2	-	2	2	-	6
FIL	110ab	Introducción a la Lógica y al Método Científico .....	3	-	-	3	-	-	6
SOC	120ab	Sociología de la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6
			19	4	-	19	6	-	42
II AÑO									
HIST	160ab	Historia de las Relaciones entre Panamá y Estados Unidos ..	3	-	-	3	-	-	6
ECON	100	Principio de Economía.....	3	-	-	-	-	-	3
EST	100	Estadística .....	-	-	-	3	2	-	4
ADM	100	Administración de Empresa.....	3	-	-	-	-	-	3
AP	100	Administración Pública.....	-	-	-	3	-	-	3
RP	200ab	Redac. para Relac. Públicas...	2	2	-	2	2	-	6
RP	210ab	Publicidad Institucional.....	2	2	-	2	2	-	6
TP	220ab	Téc. Gráfica para Relac. Públ.	1	2	2	1	2	2	6
RP	230	Fotografía para Relac. Públic.	-	-	-	1	2	2	3
HIST	270	Antropología Social.....	3	-	-	-	-	-	3
SEMINARIOS (UNO)									
PSIC	200	Dinámica de Grupo (Opcional)..	-	-	-	2	2	-	
RP	120	Discurso y Oratoria (Opcional)	-	-	-	2	2	-	3
BIO	305	Ecología y Medio Ambiente (Oblig)	-	3	-	-	-	-	3
RP	130	Protocolo (Opcional).....	-	-	-	2	2	-	
			17	9	2	16	12	4	46
III AÑO									
RP	300ab	Técnica de la Comunicación para Relaciones Públicas.	2	2	-	2	2	-	6
RP	310ab	Técnica de Radio y TV para Relaciones Públicas.....	1	2	2	1	2	2	6
SIC	310ab	Relac. Humanas en la Organ	2	2	-	2	2	-	6
RP	320	Relac. Púb. en la Emp. Est	3	-	-	-	-	-	3
RP	330	Relac. Púb. en la Emp. Priv.	-	-	-	3	-	-	3
RP	340ab	Téc. de Inv. para Relac. Púb..	2	2	-	2	2	-	6
CPOL	340ab	Relaciones Laborales.....	3	-	-	3	-	-	6
CS	350ab	Teoría de la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6
SEMINARIOS OBLIGATORIOS									
RP	470	Casos y Problemas de las Relaciones Públicas.....	-	-	-	1	4	-	3
CPOL	200	Problemas de la Realidad Nacional .....	3	-	-	-	-	-	3
			19	8	2	17	12	2	48

## IV AÑO

SIST	100ab	Introducción al Procesa- miento de Datos.....	1	2	2	1	2	2	6
CS	330ab	Opinión Pública.....	2	2	-	2	2	-	6
PUB	240ab	Mercadotécnia .....	3	-	-	3	-	-	6
RP	410ab	Planificación en Relacio- nes Públicas.....	2	2	-	1	4	-	6
RP	420	Etica y Legislación de las Relaciones Públicas.....	3	-	-	-	-	-	3
RP	440ab	Organización de Eventos .	1	4	-	1	4	-	6
RP	450	Práctica Profesional.....	-	-	-	-	6	-	3
RP	460ab	Trabajo de Grado.....	3	-	-	3	-	-	6
			15	10	2	11	18	2	42

**TOTAL DE HORAS: 226**

**TOTAL DE CREDITOS: 178**

## ANEXO N.º.8

## PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN PUBLICIDAD

1984

ASIGN. N.º.	DENOMINACION	HORAS			SEMANALES			Crédi- to	
		I T	SEM P	L	II T	SEM P	L		
I AÑO									
CS	100ab	Introducción a la Comunicación .	3	-	-	3	-	-	6
CS	110ab	Lenguaje de la Comunicación.....	3	-	-	3	-	-	6
ECON	100ab	Principios de Economía.....	3	-	-	3	-	-	6
ING	110ab	Inglés Especial I.....	3	-	-	3	-	-	6
SOC	120ab	Sociología de la Comunicación .	3	-	-	3	-	-	6
PUB	130ab	Psicología Publicitaria.....	3	-	-	3	-	-	6
PUB	100ab	Principio de Publicidad.....	3	-	-	3	-	-	6
			21	-	-	21	-	-	42
II AÑO									
EST	100ab	Estadística.....	2	2	-	2	2	-	6
CS	210ab	Medios de Comunicación Social .	2	2	-	2	2	-	6
PUB	200ab	Redacción Publicitaria.....	2	2	-	2	2	-	6
PUB	210ab	Técnicas de Ilustr. y Diseño ..	2	2	-	2	2	-	6
PUB	220	Fotografía Publicitaria.....	-	-	-	2	-	2	3
PUB	230	Artes Gráficas.....	2	-	2	-	-	-	3
PUB	240ab	Mercadotécnica.....	2	2	-	2	2	-	6
ING	210	Inglés Especial II .....	3	-	-	-	-	-	3
OPTATIVAS (UNA OBLIGATORIA)									
HIST	130	Historia del Arte.....	-	-	-	3	-	-	3
ESP	100	Historia del Teatro.....	-	-	-	3	-	-	3
			15	10	2	15	10	2	42
III AÑO									
PUB	300ab	Investigación de Mercado.....	2	2	-	2	2	-	6
PUB	310ab	Estrategia de Medios.....	2	2	-	2	2	-	6
PUB	320ab	Creatividad.....	2	2	-	2	2	-	6
CS	330ab	Opinión Pública.....	2	2	-	2	2	-	6
PUB	330ab	Producción Publicitaria (Tele- visión y Cine).....	2	-	2	2	-	2	6
PUB	340	Publicidad Radial.....	2	2	-	-	-	-	3
HIST	160ab	Historia de las Relaciones en- tre Panamá y Estados Unidos ...	3	-	-	3	-	-	6
OPTATIVAS (UNA OBLIGATORIA)									
HIST	150	Folklore Nacional.....	-	-	-	3	-	-	3
MUS	100	Apreciación Musical.....	-	-	-	3	-	-	3
SEMINARIOS (OBLIGATORIOS)									
BIO	305	Ecología y el Medio Ambiente ..	-	-	-	2	-	-	4
ECON	305	Economía Publicitaria.....	2	-	-	-	-	-	4
			17	10	2	18	8	2	46
IV AÑO									
PUB	400	Análisis Publicitario.....	2	3	-	-	-	-	3
PUB	410ab	Campañas.....	2	2	-	1	4	-	6
PUB	420ab	Administración Publicitaria....	2	2	-	2	2	-	6

Anexo 8

PUB	430ab	Promoción y Ventas.....	2	2	-	2	2	-	6
PUB	440	Etica y Legislación Publi- citaria.....	-	-	-	3	-	-	3
PUB	450	Práctica Profesional.....	-	-	-	1	6	-	3
PUB	460	Trabajo de Grado .....	3	-	-	3	-	-	6
RP	100	Relaciones Públicas.....	2	2	-	-	-	-	3
SEMINARIO (UNO OBLIGATORIO)									
PUB	435	Producción Publicitaria...	-	-	-	2	2	-	3
PUB	445	Creatividad.....	-	-	-	2	2	-	
PUB	405	Mercadotécnia.....	-	-	-	2	2	-	
			10	11	-	15	20	-	39

**TOTAL DE HORAS: 209**

**TOTAL DE CREDITOS: 169**

## PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA TECNICA DE COMUNICADOR RADIOFONICO

ASIG. Nº.	DENOMINACION	HORAS			SEMANALES			Crédts. Anuales
		I SEM T P L			II SEM T P L			
I AÑO								
CS 100ab	Introducción a la Comunicación	3	-	-	3	-	-	6
ING 100ab	Inglés General.....	2	2	-	2	2	-	6
RAD 100ab	Intr.al Estud. de la Radio ...	2	2	-	2	2	-	6
ESP 115ab	Español General.....	2	2	-	2	2	-	6
SOC 120ab	Sociología de la Comunicación.	3	-	-	3	-	-	6
GEO 250ab	Geografía UniversalYde Panamá.	3	-	-	3	-	-	6
		<b>15</b>	<b>6</b>		<b>15</b>	<b>6</b>		<b>36</b>
II AÑO								
MUS 100	Apreciación Musical.....	-	-	-	2	2	-	3
CS 100	Lenguaje de la Comunicación...	3	-	-	3	-	-	6
RAD 210ab	Elocución y Actuación Radiofón	2	2	2	2	2	2	8
RAD 220	Fonoaudiología.....	2	2	-	-	-	-	3
RAD 230ab	Radioperiodismo .....	2	2	-	2	2	-	6
RAD 240	Técnica de Radio .....	1	-	4	-	-	-	3
PUB 340ab	Publicidad Radial .....	2	2	-	2	2	-	6
		<b>12</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>35</b>
III AÑO								
HIST 160ab	Historia de las Relaciones en- tre Panamá y Estados Unidos ..	3	-	-	3	-	-	6
HIST 150	Folklore Nacional .....	2	2	-	-	-	-	3
RAD 310ab	Etica y Legislación Radial ....	2	2	-	2	2	-	6
BIB 315	Org.Técnia de Mater.Radiofónic	2	2	-	-	-	-	3
RAD 320	Radio Educativa .....	-	-	-	2	2	-	3
RAD 340	Práctica Profesional .....	-	-	-	-	6	-	3
RAD 350	Prod. y Dir.de Programas Rad..	2	2	-	-	-	-	3
RAD 360ab	Promoción Radial .....	1	-	2	-	-	2	4
BIO 305	Ecología y Medio Ambiente ....	-	-	-	3	-	-	3
		<b>12</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>34</b>
<b>TOTAL DE HORAS:</b>		<b>140</b>						
<b>TOTAL DE CREDITOS:</b>		<b>105</b>						





Panamá, agosto 26 de 1986.

Licenciado  
René Hernández  
Director Encargado de la  
Escuela de Periodismo  
Facultad de Comunicación Social  
Universidad Nacional de Panamá.  
E. S. M.

Estimado Licenciado Hernández:

Por este medio deseo informarle que la estudiante  
señorita LUZMILA CHONG hizo su práctica profesional en el  
Departamento de Noticias de Televisora Nacional, S.A. du-  
rante los meses de Julio y agosto de 1986.

Durante su permanencia en éste Departamento, demos-  
tró competencia, interés e iniciativa en su labor de perio-  
dista.

Atentamente,

TELEVISORA NACIONAL, S.A.

  
ERICH RODRIGUEZ AUERBACH  
DIRECTOR GENERAL DE NOTICIAS.

ERA.

ADJ. HOJA DE EVALUACION.



Panamá, 26 de agosto de 1986.

ANEXO Nº.11

Profesor

RENE HERNANDEZ

Director de la Escuela de Periodismo

Facultad de Comunicación Social

Universidad de Panamá

Estimado Señor:

Por este medio nos permitimos comunicarle nuestra evaluación del/  
la estudiante LUZMILA CHONG, con cédula Nº \_\_\_\_\_  
referido/a a esta empresa para el cumplimiento del requisito de la  
práctica profesional en la carrera de \_\_\_\_\_.

1. Duración de la práctica Del \_\_\_\_\_  
al \_\_\_\_\_

2. Asistencia . . . . . ☒ Constante

☐ Mediana

☐ Alto ausentismo

	Bueno	Mediano	Mínimo
3. Rendimiento . . .	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Iniciativa . . .	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

5. Esfuerzo . . . .	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

6. Entusiasmo . . .	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------------	-------------------------------------	--------------------------	--------------------------

7. Relaciones Humanas	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
-----------------------	--------------------------	-------------------------------------	--------------------------

Observaciones:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

De usted atentamente,

ORIGINAL }  
FIRMADO POR } ERICH RODRIGUEZ AUERBACH

ERICH RODRIGUEZ AUERBACH.  
LA EMPRESA

ANEXO Nº.12

**Recursos Físicos y Materiales del Laboratorio de Impresión y  
del Periódico Campus, 1987.**

**a. Laboratorio de Impresión.**

Espacio Físico:

Superficie en metros cuadrados:	59.96 m2
Fotomecánica .....	15 m2
Diagramación y armada .....	13 m2
Recepción .....	14 m2
Composición .....	9 m2
Impresión .....	8.96 m2

Equipo:

<u>Descripción del Equipo</u>	<u>Cantidad</u>
Grabadora de estarcido electrónico	1
Miméógrafo .....	2
Tituladoras .....	3
Composer .....	1
Enceradora .....	1
Duplicadora offset.....	1
Electronic printer .....	1
Auto processor.....	1
Insoladora .....	1
Procesadora PMT .....	1

**b. Periódico Campus.**

Máquinas de escribir .....	20
mesas .....	22
sillas .....	20

**UNIVERSIDAD DE PANAMA**  
**VICERRECTORIA DE INVESTIGACION Y POSTGRADO**  
**I.C.A.S.E.**

**PROGRAMA DE MAESTRIA EN DESARROLLO DE**  
**SISTEMAS EDUCATIVOS**

**PROYECTO EXPERIMENTAL DE PRACTICA PROFESIONAL**  
**EN LA FACULTAD DE COMUNICACION SOCIAL**

**Por: Prof. Abril Ch. de Méndez**

**Asesor: Prof. Antonio Altamar T.**

## INDICE

	Pág.
I. Datos Generales .....	3
II. Descripción .....	3
III. Objetivos Generales .....	6
IV. Organización .....	6
I Fase: Preparación .....	6
II Fase: Ejecución .....	7
III Fase: Evaluación .....	9
V. Recursos .....	9
VI. Evaluación.....	11

## **I. DATOS GENERALES:**

### **1. Denominación de la Actividad.**

**Proyecto Experimental de Práctica Profesional en la Facultad de Comunicación Social.**

### **2. Participantes:**

Docentes de práctica profesional, docentes de materias avanzadas de especialidad directamente relacionados con la práctica y estudiantes practicantes de todas las carreras de la Facultad de Comunicación Social.

### **3. Fecha:**

Primer semestre académico 1986.

### **4. Coordinador Administrativo:**

Prof. Hipólito Donoso, Decano de la Facultad de Comunicación Social

### **5. Responsabilidad técnica:**

Prof. Abril Ch. de Méndez

### **6. Asesoría:**

Dr. Antonio Altamar

## **II. DESCRIPCION:**

Se trata de llevar adelante una innovación didáctica en cuanto a las formas de planificación, ejecución y evaluación de la práctica profesional que realizan los estudiantes de diversas carreras de la Facultad

de Comunicación Social como parte de sus actividades formativas para culminar sus estudios.

Este proyecto se enmarca en una investigación que bajo el título Determinación de la Práctica Profesional en la Facultad de Comunicación Social, realiza la profesora Abril Ch. de Méndez para optar por el título de Maestría en Desarrollo de Sistemas Educativos, con énfasis en Supervisión y Curriculum.

El Proyecto implica la puesta en marcha de una nueva forma de orientar a los estudiantes practicantes que, bajo la responsabilidad directa del profesor de la cátedra de Práctica Profesional, cuentan además, con el apoyo de un equipo interdisciplinario de docentes de materias avanzadas de la especialidad que tienen relación e incidencia directa con la práctica profesional.

Se espera que los alumnos reciban una orientación, seguimiento y evaluación más completa, en la medida que son apoyados por varios docentes que trabajan en equipo en las tareas de planeamiento, organización y puesta en marcha de la práctica profesional. De igual forma se procura que docentes y alumnos compartan la responsabilidad en su tarea formativa.

Lo anterior se confrontará con los resultados



de otro grupo de trabajo donde la práctica profesional se atenderá de acuerdo a las formas y estilos convencionales de un profesor por cátedra.

Este proceso de investigación se efectuará a partir de mayo de 1986 y deberá extenderse durante todo el primer semestre académico.

Comprende un conjunto de actividades organizadas en fases de preparación, ejecución y evaluación y atenderá al estudio de los diversos sujetos que participan en la práctica profesional: alumnos, docentes de práctica profesional, docentes de materias avanzadas de especialidad, personal y de las empresas que acogen los estudiantes. De igual forma se estudiarán los planes de estudio, programas de práctica profesional, reglamentos de empresas, y otros factores que inciden en el desarrollo de este proceso.

Se espera que, dada la importancia de la Práctica Profesional para la formación de los estudiantes, este Proyecto contribuya eficazmente a vislumbrar alternativas de mejoramiento que se proyecten tanto al presente, como a la puesta en marcha de los nuevos planes de estudio. De igual forma considerando la situación general de la práctica profesional en el resto de la Universidad de Panamá, que revela parecidas limitaciones a las que se observan en la Facultad de Comunicación Social, podamos ofrecer algunos aportes al mejoramiento de este importante componen-

te formativo del estudiante de nuestra institución.

### III. OBJETIVOS GENERALES:

- Evaluar los efectos que tiene en el proceso de práctica profesional, la participación de un equipo interdisciplinario de docentes como alternativa de apoyo y orientación a los estudiantes.
- Evaluar los resultados del proceso de práctica profesional, a cargo de un solo docente.
- Derivar conclusiones y recomendaciones para el mejoramiento de la práctica profesional; métodos, contenidos y actividades de enseñanza aprendizaje de materias del plan de estudio luego de comparar los resultados obtenidos en el proceso de investigación.

### IV. ORGANIZACION:

El Proyecto implica realizar un conjunto de actividades que se agrupen en fases tal como se describe a continuación:

#### I Fase: Preparación:

Comprende el establecimiento de los mecanismos organizativos previos a la puesta en marcha, así como el diseño de instrumentos necesarios para el desarrollo del proyecto tanto en lo interno de la Facultad de

Comunicación Social como en relación a las empresas.

Actividades:

1. Reunión con el Decano, con los profesores de práctica profesional y directores de escuelas para explicar los objetivos, alcances y organización del Proyecto.
2. Reunión con los profesores de práctica profesional y profesores de materias avanzadas de especialidad y directores de escuelas para explicar los objetivos, alcances y organización del Proyecto a la vez que solicitarles su colaboración.
3. Inventario de las empresas en las cuales se efectúa la práctica profesional.
4. Aplicación de instrumentos para recabar información:
  - Cuestionario a profesores de práctica profesional.
  - Cuestionario a profesores de materias avanzadas de especialidad.
  - Cuestionario a las empresas en términos de requerimientos al estudiante.
5. Matrícula de los estudiantes.
6. Cuestionario de estudiantes participantes de la práctica profesional.
7. Organización de los grupos experimentales y de control de acuerdo a la matrícula en común acuerdo

con el Decano y Directores de Escuelas y docentes.

## II Fase: Ejecución:

Comprende el conjunto de actividades que se realizan en el desarrollo mismo del proyecto, y que se verificarán a partir del inicio del semestre académico.

Las actividades son las siguientes:

1. Reunión con los estudiantes del grupo experimental para explicar los objetivos, alcances y su participación en el proyecto. Con la asistencia del Decano, Directores y profesores participantes.
2. Diseño de instrumentos para la práctica: programas interdisciplinarios e instrumentos de evaluación.
3. Clases y talleres de orientación preparatoria a los estudiantes por el profesor de la cátedra y el equipo interdisciplinario.
4. Trabajo de los estudiantes.
5. Supervisión por el profesor de práctica profesional.
6. Talleres generales de informe de experiencias obtenidas y retroalimentación con el profesor de práctica y el equipo interdisciplinario.

## III Fase: Evaluación:

Se trata de las actividades dirigidas a establecer los logros y limitaciones de lo planeado. No es una

fase última, sino que se realiza permanentemente a través del proyecto y se dirige a establecer la medida en que los estudiantes logran los aprendizajes y recoger las impresiones de docentes del grupo experimental y de las empresas involucradas. De igual forma se evaluará el Proyecto total.

Actividades:

1. Evaluación del rendimiento de los estudiantes durante todo el proceso.
2. Aplicación de cuestionario final a los estudiantes de los grupos experimentales y de control.
3. Aplicación de cuestionario a docentes.
4. Aplicación de cuestionario a empresas.
5. Evaluación del Proyecto total.

V. RECURSOS:

Se requiere contar con los siguientes recursos: humanos, materiales y financieros para el desarrollo del proyecto a saber:

1. Humanos.

1.1. Equipo Técnico Coordinador:

Profesor Hipólito Donoso, Decano de la Facultad de Comunicación Social,

Dr. Antonio Altamar, Asesor

Profesora Abril Ch. de Méndez, Coordinadora Ejecutiva

### 1.2. Docentes participantes:

- Todos los profesores de práctica profesional para los grupos experimentales y de control.
- Un grupo de profesores de materias avanzadas de la especialidad para los grupos experimentales de las siguientes carreras:
  - Licenciatura en Periodismo
  - Licenciatura en Publicidad
  - Licenciatura en Relaciones Públicas.

### 1.3. Estudiantes practicantes.

### 1.4. Personal supervisor de las empresas.

## 2. Materiales:

Papel y servicios de reproducción y mecanografía para la preparación de programas, cuestionarios e instrumentos de investigación, evaluación y control.

## 3. Físicos:

- Empresas que acogerán a los alumnos.
- Aulas de la Facultad de Comunicación Social para realizar los talleres de seguimiento.

## 4. Financieros:

Dinero para llevar adelante el proyecto en cuanto

- Materiales - impresión-reproducción	300.00
- Movilización en la ciudad y otros .	<u>200.00</u>
Total aproximado .....	500.00

## VI. EVALUACION:

El Proyecto será evaluado conjuntamente con los participantes a fin de determinar sus logros y limitaciones.

## ANEXO Nº.14

NOMBRE DE LAS EMPRESAS E INSTITUCIONES DONDE SE REALIZO  
LA PRACTICA PROFESIONAL DURANTE EL PRIMER SEMESTRE ACADE-  
MICO 1986-1987.

### Periodismo

Televisora Nacional Canal 2

Canal 13

Radio Nacional

Editora Renovación

La Exitosa

Campus.

### Relaciones Públicas

Banco Nacional de Panamá

Asociación de Usuarios de la Zona Libre de Colón

Asociación Panameña para la Planificación de la Familia

Junta Comunal de Bethania

Sindicato de Industriales de Panamá

Instituto de Recursos Hidráulicos y Electrificación (IRHE)

Ministerio de Comercio e Industrias

Cervecería Nacional, S.A.

Instituto Nacional de Telecomunicaciones (INTEL)

Instituto para la Formación y Aprovechamiento de los Recursos Humanos (IFARHU)

Lotería Nacional de Beneficencia.



Publicidad:

Departamento de Mercadeo del Citi Bank

General Telephone Directory S.A. Departamento de Arte

Canal 11, Producción

Continental de Discos, Departamento de Promoción y Publicidad

Solarian Corporation, Area de Mercadeo

Editora Renovación, S.A., Departamento de Publicidad y  
Mercadeo

Tony Fergo, Siboney y Asociados

Origen, S.A.

Promociones Publicitarias Panameñas

Estrella de Panamá, Departamento de Publicidad

Panavisión Canal 5, Departamento de Ventas, Programación  
Producción

La Prensa, Departamento de Publicidad

The Star and Herald Co.

Rila, S.A.

Lucinio Araúz y Asociados.